



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**  
Universidad del Perú. Decana de América  
Facultad de Letras y Ciencias Humanas  
Escuela Académico Profesional de Comunicación Social

**El Editor: dilemas y desafíos en las lógicas  
informativas. Un verbo instrumental**

**INFORME PROFESIONAL**

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Comunicación  
Social

**AUTOR**

Clara Esther ROJAS MIRANDA

Lima, Perú

2008



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

## Referencia bibliográfica

---

Rojas, C (2008). *El Editor: dilemas y desafíos en las lógicas informativas. Un verbo instrumental*. Informe Profesional para el título profesional de Licenciada en Comunicación Social. Escuela Académico Profesional de Comunicación Social, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

---

## **DEDICATORIA:**

*A mi madre y hermanos, por su presencia incondicional.*

*A mi esposo, a mi hijo, cálidos incentivadores.*

*A mi promoción, enlazados por siempre.*

*En nombre de entrañables amigos,*

*a Nelly y Humberto.*

*A mis maestros.*

# ÍNDICE

**EL EDITOR: DILEMAS Y DESAFÍOS EN LAS LÓGICAS INFORMATIVAS.  
UN VERBO INSTRUMENTAL.**

INTRODUCCIÓN: LA FUSIÓN DE UNA FUNCIÓN .....	7
CAPÍTULO I.- EL PROYECTO: ÉNFASIS EN LA EDITORIAL .....	15
CAPÍTULO II.- OBJETO DE SISTEMATIZACIÓN .....	16
CAPÍTULO III.- OBJETIVOS DE LA SISTEMATIZACIÓN .....	16
CAPÍTULO IV.- CAMPO TEÓRICO Y EJES DE LA SISTEMATIZACIÓN ....	18
CAPÍTULO V.- METODOLOGÍA DEL PROCESO DE SISTEMATIZACIÓN ...	20
5.1 ETAPAS DEL PROCESO SEGUIDO EN LA SISTEMATIZACIÓN .....	20
5.1.1 Recuperación de la historia .....	20
<i>5.1.1.1 El trabajo de edición .....</i>	<i>20</i>
<i>5.1.1.2 Los procesos informativos abordados en la edición .....</i>	<i>20</i>
<i>5.1.1.3 El código de ética del periodismo y los instrumentos                              éticos de la revista .....</i>	<i>20</i>
<i>5.1.1.4 Soporte documental .....</i>	<i>20</i>
5.1.2 Ordenamiento y descripción .....	21
<i>5.1.2.1 Pacto con la audiencia.....</i>	<i>21</i>
<i>5.1.2.2 El proceso editorial de la revista.....</i>	<i>21</i>
<i>5.1.2.3 La edición .....</i>	<i>21</i>
<i>5.1.2.4 Metodología para el tratamiento de la información no                              confirmada .....</i>	<i>21</i>
5.1.3 Análisis.....	21
5.1.4 Interpretación.....	22
5.1.5 Instrumentos y técnicas empleadas en la sistematización .....	22

## **CAPÍTULO VI.- EL CONTEXTO EN QUE SE UBICÓ LA EXPERIENCIA ..... 24**

6.1	CONTEXTO NACIONAL.....	24
6.2	CONTEXTO MEDIÁTICO .....	28
6.3	CONTEXTO INSTITUCIONAL .....	36

## **CAPÍTULO VII.- DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA ..... 50**

7.1	POLÍTICA INFORMATIVA .....	52
7.1.1	Actores del espacio público .....	54
7.1.2	La dinámica circular en el periodismo .....	55
7.1.3	Pugna de mentalidades .....	57
7.1.4	Libertad de expresión o de exclusión .....	60
7.1.5	Identidades en el espejo social .....	66
7.1.6	El rol de resistencia .....	69
7.2	EL PROCESO EDITORIAL: LA VISIÓN EMPRESARIAL .....	75
7.2.1	El proyecto Énfasis .....	75
7.2.2	Potencialidades .....	77
7.2.3	Diseño del producto .....	77
	7.2.3.1 Secciones .....	80
	7.2.3.2 El Brief .....	80
7.2.4	Su distribución. Presentación. Vigencia .....	82
7.2.5	El campo de ejecución.....	84
7.2.6	El insumo .....	84
7.3	LA EDICIÓN: LA VISIÓN PERIODÍSTICA.....	87
7.3.1	El manejo de contenidos .....	88
7.3.2	El instrumento natural periodístico .....	88
7.3.3	Las herramientas técnicas.....	90
7.3.4	La función del editor periodístico .....	92
7.3.5	El proceso de edición .....	93

7.3.6	La edición en sus diferencias .....	96
7.3.7	Aliados en la edición .....	97
7.4	ASPECTO CENTRAL DE LA EXPERIENCIA: EL MANEJO	
	DE LA INFORMACIÓN NO CONFIRMADA .....	98
7.4.1	El ámbito noticioso .....	99
7.4.2	Proceso de producción de la información .....	101
	7.4.2.1 Cobertura .....	101
	7.4.2.2 La agenda o cuadro de comisiones .....	103
	7.4.2.3 El manejo de la información .....	104
	7.4.2.4 Distancia con las fuentes .....	106
	7.4.2.5 Las presiones de rutina .....	109
	1.- Temporalidad .....	109
	2.- Espacialidad .....	109
	3.- Calibre noticioso .....	111
	7.4.2.6 Etapas en la edición .....	111
	1.- Recopilación .....	111
	2.- Selección .....	113
	3.- Cierre .....	115
7.4.3	El proceso de elaboración de la noticia .....	116
	7.4.3.1 Manejo de la documentación .....	116
	7.4.3.2 El tratamiento de la noticia .....	116
	7.4.3.3 El nudo simbólico: la noticia .....	118
7.4.4	Problemas en la experiencia: el rumor como pista	121
	7.4.4.1 El uso del condicional .....	123
	7.4.4.2 El ámbito de ambigüedad .....	125
	7.4.4.3 El verbo instrumental .....	128
	7.4.4.4 El escenario de presión .....	138
7.4.5	Límites y posibilidades .....	144
	7.4.5.1 Validar o descartar .....	146
	7.4.5.2 Los principios como instrumentos regentes	148
	7.4.5.3 Aplicación de paradigmas.....	149
	7.4.5.4 Fortalezas.....	150
	7.4.5.5 Debilidades.....	151

7.4.5.6	<i>Aciertos</i> .....	152
<b>APORTES Y CONCLUSIONES</b> .....		153
1.	<b>APORTES</b> .....	153
A.	Aportes conceptuales.....	153
B.	Aportes metodológicos.....	156
C.	Aportes técnicos .....	159
D.	Herramientas .....	163
E.	Aportes profesionales .....	164
2.	<b>CONCLUSIONES</b> .....	166
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....		171
<b>ANEXOS</b> .....		178
Anexo 1: Declaración de Principios del Grupo REDES		
Anexo 2: Código de Ética Profesional del Colegio de Periodistas del Perú		



## INTRODUCCIÓN

La producción editorial en nuestro país va en aumento. En este proceso, las funciones del editor se vuelven más complejas. En el Perú y Latinoamérica, esta función contiene al perfil empresarial y al especialista en contenidos. Su capacidad de determinar la calidad del material como propuesta para el mercado es la misma que diseña el contenido del producto. Este concepto entronca las funciones de un editor: es responsable del sello y responsable del contenido.

Sin embargo, el trabajo del editor adquiere nuevas dimensiones cuando se dirige al contenido de un proyecto periodístico, requiere de instrumentos que le permitan tomar distancia de los intereses de la casa editora, de las fuentes con sus intereses propios para capturar espacios. Así, esta función se ordena en torno al producto, con diferencias en el manejo correspondiente a un texto de especialidad o a un producto periodístico.

Un modo de romper con una descripción secuencial o cronológica de la función de edición es abordar la sistematización a partir de los dilemas en el manejo periodístico, por la riqueza que encierra, las propuestas disponibles y el tejido social que afecta.

El tema se plantea desde el punto de vista del especialista, el editor, en una función de jerarquía en el organigrama correspondiente a la toma de decisiones. Desde la perspectiva de la comunicación política. Con el enfoque de la teoría de la interacción simbólica, al observar las relaciones generadas mediante las noticias.

Por el contexto en que surge la revista Énfasis y la abundancia de material en este estilo, mi propuesta presenta como objeto de sistematización el tratamiento de la información sin confirmar que las fuentes generan con el verbo en condicional y cómo se realiza el manejo de ella desde la perspectiva informativa de la revista.

¿En qué circunstancias un rumor se vuelve noticia? ¿Qué hace que un dato basado en un rumor se difunda? Las convenciones periodísticas exigen de precisión, no se puede difundir una información carente de este requisito. El verbo en condicional incentiva la carga de rumor, de imprecisión en el texto. No es recomendable, según los manuales de estilo de los más importantes medios del Perú y del mundo. Sin embargo, mucho material en estas condiciones llegaba hasta nuestra redacción. Validarlo, descartarlo o transformarlo significó un proceso en el que intervienen visiones, valores, compromisos. Incluso, provoca dilemas en el editor. Traspasa la producción informativa para alcanzar el espacio en el que será publicado. Obliga a mirar el lugar que ocupamos como periodistas. Define el rol del medio laboral, las concepciones sobre el público o audiencia, expone las herramientas utilizadas y explora el ámbito de repercusión.

Es un buen recurso para mostrar el trabajo de edición desde la perspectiva de sus debilidades. En este proceso se descubre nítidamente la rutina a la que se enfrenta el editor. Esta mirada al trabajo realizado localiza sus posibilidades, incertidumbres y termina por definir su capacidad de instrumentalizar el oficio. El presente informe profesional está dividido en siete capítulos, y finaliza con aportes y conclusiones.

En el primer capítulo, se marca los límites del proyecto de comunicación: la revista Énfasis, sus objetivos, destinatario, estrategias de funcionamiento, ubicación geográfica y su vigencia.

El segundo capítulo plantea el objeto de sistematización: la metodología aplicada en el tratamiento de la información no confirmada que las fuentes generan como noticia con el verbo en condicional, trabajada desde la función de edición en la revista Énfasis.

El tercer capítulo desarrolla los objetivos de la sistematización, específicamente al identificar el rol que cumple la edición en el proceso de producción informativa de la revista Énfasis.

Contribuir con el conocimiento sobre la función del editor en los medios como filtro multidimensional en la selección de la información que se decide como publicable.

El cuarto capítulo explica el campo teórico y los ejes de la sistematización. En los ejes se agrupan las preguntas que indujeron el trabajo de sistematización.

El quinto capítulo se refiere a la metodología del proceso seguido en la sistematización. Este capítulo es determinante en el informe; define el escenario de la experiencia. Se desarrolla en cuatro etapas secuenciales y cada una delimita aspectos fundamentales:

#### 1.- Recuperación de la historia

Identifica el escenario clave: la edición periodística en una etapa de intensa producción de noticias basadas en rumores.

En esta etapa se desarrollaron procesos usados como instrumentos en la elaboración de los materiales que sirvieron para la sistematización; también permitió definir el marco temporal, el objeto y los ejes de la sistematización.

#### 2.- Ordenamiento y descripción

Una metodología como la sistematización, que trabaja sobre aspectos concretos, aplicada a un ámbito de subjetividades (campo periodístico), obliga a definir las

variables de observación de la descripción de la experiencia como espacios delimitados; así tenemos:

- El espacio público en el que se instala el producto;
- El espacio específico, la revista Énfasis, en donde se trabaja como organización;
- El espacio de la función del editor y sus herramientas; y
- El método aplicado como espacio de ejecución.

En estas cuatro variables se funden los objetivos, el objeto y los ejes, mostrando el universo que engloba el trabajo del editor periodístico.

### 3.- Análisis

Contrasta los conceptos académicos con la realidad. Identificamos procedimientos más acordes con las necesidades que llega a producir nuevos conocimientos.

### 4.- Interpretación

La sistematización permite conceptualizar procesos desarrollados como rutinas. En estos se identifican los límites y posibilidades de la función de edición, desde donde surgen elementos para la elaboración de un marco teórico que permita el control y manejo de las subjetividades, así como el planteamiento de propuestas y aportes metodológicos, técnicos e instrumentales.

Éstas son las cuatro etapas seguidas en la metodología del proceso de sistematización, las cuales construyen los marcos de referencia para el desarrollo del planteamiento.

El sexto capítulo presenta los contextos en que surge y se desarrolla la revista, tanto nacional y mediático como institucional.

El séptimo capítulo describe minuciosamente la misma experiencia analizada a través del manejo de la información sin confirmar: ordenamiento y descripción.

Cada uno responde a subtítulos con sus respectivas subdivisiones que explican en conjunto el manejo de la información desde la edición en Énfasis. Identifica aspectos que enmarcan el objeto de sistematización presentando las pautas de enfoque, ubicación y los actores que intervienen en la utilización del condicional como verbo instrumental. El subtítulo cuatro se expone en el desarrollo del tratamiento aplicado a la información sin confirmar y plantea como punto problemático de la experiencia el manejo de esta información por las dificultades y salidas que produce en la revista.

Finalmente, la propuesta expone los aportes a los que llega y las conclusiones producidas por el análisis y la interpretación de la experiencia.

Las exigencias del método requieren presentar un caso específico en medio de lo diverso de nuestro quehacer. La edición de Énfasis es parte de varios productos en la editorial. La empresa recibe una amplia gama de proyectos relacionados con la producción de diarios, revistas y libros, así como agendas, directorios y memorias. Cada producto tiene aspectos comunes y otros diferentes. Como comunicadora, son diversos los aspectos que he trabajado, desde ámbitos periodísticos, en gestión como gerente académica, gerente de estrategias, consultora en comunicación; desde la producción para TV.

Como editora he tenido el privilegio de trabajar más de 15 años, sin interrupción, ligada a una intensa producción de proyectos: revistas especializadas, periódicos distritales, textos de alta calidad; muchos de ellos, financiados por instituciones académicas, privadas o públicas y ONGs, lo que ha permitido el lanzamiento de verdaderas joyas editoriales.

Aún cuando la academia no la incluye, la edición de textos especializados es un campo necesario en la producción editorial. Nuestro medio carece de profesionales especialistas que permitan la publicación de materiales de calidad.

La edición periodística tiene diferencias con la edición editorial. En el área de ediciones se produce también un escenario diverso, lo cual conduce a la elección de una propuesta que concatene las etapas de edición, se desarrolle la función y se observe la aplicación de sus metodologías.

Por cumplir con estas condiciones y enfrentar situaciones tipo, he elegido la edición de la revista Énfasis, especialmente, porque surge en un contexto complejo en el periodismo post Fujimori. Atravesar las capas densas de la realidad en la construcción noticiosa indujo la creación de la revista.

Discernir los fines de las fuentes con el propósito de brindar una información transparente, comprobada y de interés social es el objetivo de la profesión periodística, pero no siempre es posible observar su cumplimiento en la realidad.

Mi interés consiste en mostrar el uso del verbo en condicional en el contexto periodístico y su manejo en la revista Énfasis. El lenguaje periodístico tiene cualidades imprescindibles, cuyo conocimiento permite enmarcar los conceptos a los que haré referencia.

Un objetivo importante es el de contribuir con el conocimiento sobre la noticia, la cual cuenta con una metodología propia para obtenerse, construirse, organizarse, redactarse o difundirse con equilibrio y simetría, sustentada en los principios técnicos y éticos.

En la actualidad, los medios escritos están avasallados por la simultaneidad de la noticia, que ha desplazado a la instantaneidad; y ésta, a su vez, desplazó a la periodicidad. Internet, los teléfonos celulares y sus mensajes de texto han creado un

nuevo componente a la demanda de información: la movilidad.<sup>1</sup> ¿Qué tipo de información se prepara en estas condiciones que permita a la revista saltar del kiosco a las manos del lector?

Una simple relación de hechos que dejaron de ser noticia ya no es suficiente. Carl Warren<sup>2</sup> atribuye las siguientes cualidades a la información: actualidad, proximidad, incidencia, resonancia pública, dramatismo, curiosidad, conflictividad, interés humano, amor, progreso. Pero dada la demanda de información y su competencia ingresan otras cualidades, como la profundidad de análisis, el enfoque, el estilo. Incluso, la fuente tiene su lugar como ingrediente de alta credibilidad. Atrás quedó el reporte informativo escueto, con las cinco preguntas claves: “qué, cuándo, cómo, dónde y quién”. Como dice Carlos Oviedo,<sup>3</sup> se pasa de la pirámide famosa al poliedro informativo con nuevas preguntas: por qué, para qué, cuáles son sus antecedentes, en qué contexto se dan las ocurrencias, quién las cuenta.

Éstas son las preocupaciones del editor. En el periodismo importa tanto lo que sale en la revista como lo que queda en la mesa de redacción. En la labor de selección de los materiales se vierten las visiones de los productores de simbología: director, editor, redactores.

Los ejes cruzan transversal y horizontalmente el desarrollo de la sistematización. La observación de los procesos instituidos en la elaboración periodística de la revista devela metodologías que nos abren a interrogantes frente a la concepción de la profesión.

---

<sup>1</sup> OVIEDO, Carlos. *La primicia en MJO*, 15 de julio de 2006, 17:00 h, <[www.lineandina.com/Html/orbegozo\\_presenoviedo.htm](http://www.lineandina.com/Html/orbegozo_presenoviedo.htm)>.

<sup>2</sup> Ídem.

<sup>3</sup> Ídem.

Énfasis forma parte de proyectos ensayo trabajados por la editorial para llegar a un público diverso, catalogado por “expertos” como poco afecto a la lectura. Su particularidad radica en indagar universos intelectuales existentes en el país basados en la investigación multidisciplinaria. Como este producto, la editorial está trabajando también historietas, fotonovelas con las mismas características de proyecto ensayo.

La producción editorial en el Perú y la creación de nuevos estilos de difusión significan un reto para los editores en su afán de entender los cambios sociales y sus necesidades. Nos enfrentamos a un panorama desalentador frente a los informes sobre el índice de lectores cada vez más bajos.

Reconocer las dificultades nos permite abordar las posibilidades. En un país como el nuestro de realidades complejas, el trabajo editorial requiere de medidas innovadoras. Tanto talento sepultado en el silencio nos abre un campo de acción inusitado. Bs. As. tiene una producción mensual de 2 mil títulos, mientras en el Perú ni siquiera nos atrevemos a sistematizarlo. Las cifras son índices imprecisos a pesar de existir un instrumento como el Depósito Legal, instituido por la Biblioteca Nacional como requisito de publicación.

En este contexto, Línea Andina ubica el surgimiento de productos llamados proyectos ensayo que contienen en sí mismos la búsqueda de métodos de indagación en lenguaje, producción y distribución. Método para encontrar sintonía con el lector, identificar sus intereses y afinidades intelectuales.

Cada uno de estos productos contiene un desafío que se traduce en una apuesta por la indagación. En esta indagación se define un marco de identidad para la creación de colecciones editoriales. Es un trabajo prospectivo con el objetivo de encontrar la senda hacia el lector.



# **CAPÍTULO I**

## **EL PROYECTO**

Nombre:

Edición de la revista Énfasis

Objetivo:

Generar debate

Brindar información interpretativa

Crear espacios de representación plural

Destinatario:

Público pluricultural. Público potencial

Estrategias:

Análisis de las informaciones

Ofrecer información sustentada en investigaciones

Ubicación geográfica:

Lima y a nivel nacional. Kioscos y librerías. Web

Duración:

Desde 2003

## **CAPÍTULO 2**

### **OBJETO DE SISTEMATIZACIÓN**

La metodología aplicada en el tratamiento de la información no confirmada que las fuentes generan como noticia con el verbo en condicional, trabajada desde la función de edición.

## **CAPÍTULO 3**

### **OBJETIVOS DE LA SISTEMATIZACIÓN**

#### **Objetivos generales:**

Identificar la propuesta periodística de Énfasis inscrita en un contexto que instrumentaliza los medios.

Identificar el rol que cumple la edición en el proceso de producción informativa de la revista Énfasis.

Identificar el manejo del lenguaje en el discurso periodístico de Énfasis frente a concepciones asépticas.

#### **Objetivos específicos:**

El objetivo de esta sistematización busca identificar una metodología en el trabajo del editor irrumpiendo en una época de cambios tecnológicos, que produce también cambios de mentalidades.

Contribuir con elementos en la construcción de un marco teórico para la aplicación de los recursos técnicos que sostengan los principios de credibilidad, integridad, honestidad y responsabilidad en un contexto de peligrosa utilización del profesional periodista y de sus instrumentos.

Contribuir con el conocimiento de la noticia como instrumento periodístico, la cual cuenta con una metodología propia para obtenerse, construirse, organizarse, redactarse o difundirse con equilibrio y simetría, sustentada en los principios técnicos y éticos.

Contribuir con el conocimiento sobre la función que cumple el editor en los medios como filtro multidimensional en la selección de la información publicable.

Contribuir con el reconocimiento de metodologías en la redacción de la información que califican y definen el rol periodístico y construyen el concepto de periodismo actual.

Contribuir con el reconocimiento de metodologías en el tratamiento de la noticia que devalen espacios de ambigüedad o ambivalencia y eviten la contaminación de los informes, transparentando tanto la intencionalidad de la fuente como de la misma noticia.

## **CAPÍTULO 4**

### **CAMPO TEÓRICO Y EJES DE LA SISTEMATIZACIÓN**

Los ejes cruzan transversalmente este planteamiento: el trabajo del editor, sus visiones plasmadas en la publicación de informaciones, el contexto en la producción de las informaciones, los mecanismos que intervienen para crear efectos sobre la audiencia, las relaciones que establecen y los marcos éticos a que responden:

- 1.- La producción editorial. Perfil y funciones del editor en la casa editorial.
- 2.- Comunicación Política. El insumo periodístico. Origen, mediaciones y efectos.
- 3.- El lenguaje periodístico. La esfera simbólica, la noticia como discurso, instrumentos y técnicas.
- 4.- La ética periodística. Entidades y herramientas.

Los ejes contienen las siguientes interrogantes:

- 1.- ¿Cómo se mueve la revista y cómo mueve el pensamiento social?
- 2.- Mediática: la urdimbre en los medios, ¿cómo operan los medios en el imaginario y generan una mentalidad?
- 3.- La construcción del sentido común en el imaginario social: ¿qué efectos producen los medios en la audiencia, a qué universo se enfrenta la revista?
- 4.- La producción del discurso mediático: ¿qué mecanismos intervienen en la construcción de la noticia?
- 5.- La instrumentalización del lenguaje: ¿cómo se genera el ámbito de ambigüedad en una esfera cuyo objetivo es la precisión?

- 6.- Los medios y el poder: la relación con el poder político y económico. ¿A qué presiones responden los medios y desde qué ubicación se edita la revista? Respuesta a la necesidad de representación.
- 7.- ¿La ética periodística tiene vigencia como marco institucional? ¿El marco ético sirve de instrumento profesional para encarar los problemas periodísticos?

Los ejes agrupan preguntas que se necesitan resolver para ubicar el contexto al cual se adscribe la función de edición y las metodologías que se aplican en los procesos de cobertura informativa que se ejecutan en el desarrollo del trabajo. Desde el concepto de comunicación como la interacción que se da a través de los mensajes, se construyen paradigmas de aplicación metodológica. Las concepciones sobre la noticia, cobertura y despliegue son expuestas en las páginas de las revistas; ellas se disgregan y explicitan en el desarrollo del presente tema.

Los ejes muestran el escenario de esta interacción, el tejido mediático y el complejo entramado de relaciones, anudando la dinámica profesional con la ética, que propone reglas hacia la independencia periodística frente a la visión empresarial.

En la formulación de los mencionados ejes se plantea la experiencia de sistematización, objeto de esta propuesta.

## CAPÍTULO 5

### METODOLOGÍA DEL PROCESO DE SISTEMATIZACIÓN

#### 5.1 Etapas del proceso seguido en la sistematización

Identificamos cuatro tiempos en el proceso desarrollado:

##### *5.1.1 Recuperación de la historia*

En el desarrollo de esta etapa se elaboraron cuatro procesos que sirvieron de instrumentos para definir el marco temporal, el objeto, los ejes y el material con el que se trabajó la sistematización, identificando un escenario clave: la edición periodística en una etapa de intensa producción de noticias basadas en rumores contraviniendo la esencia misma del periodismo que no admite ni la ambigüedad ni la ambivalencia.

##### *5.1.1.1 El trabajo de edición*

En F&F Editorial .- Desde 1990 al 2003.

En Editorial Línea Andina.- Textos, revistas, tabloides.

La revista Énfasis .- 2003-2006: marco temporal de la sistematización

##### *5.1.1.2 Los procesos informativos abordados en la edición de la revista*

Definición del objeto

##### *5.1.1.3 El código de ética del periodismo y los instrumentos éticos de la revista*

Marco de trabajo

##### *5.1.1.4 Soporte documental*

El material de referencia

### ***5.1.2 Ordenamiento y descripción***

#### ***5.1.2.1 El pacto con la audiencia***

En qué espacio mediático se inserta la experiencia.

#### ***5.1.2.2 El proceso editorial de la revista***

El espacio laboral. El medio en el que se desarrolla la experiencia.

#### ***5.1.2.3 La edición***

La función del editor periodístico. Las rutinas.

#### ***5.1.2.4 Manejo de la información no confirmada***

Aplicación de paradigmas. El método.

Las etapas de la sistematización expuestas en el ordenamiento son desarrolladas en una perspectiva descriptiva que va de lo general a lo particular y se concentra en el desarrollo de la metodología aplicada al tratamiento de la información no confirmada.

Las etapas responden a preguntas como:

- 1.- ¿A qué universo mediático se adscribe la revista?
- 2.- ¿En qué espacio laboral se hace la sistematización?
- 3.- ¿Cómo se desarrolla la función de edición?
- 4.- ¿Qué método aplica el editor de la revista a la información no confirmada?

### ***5.1.3 Análisis***

En cada uno de los ejes se concentran las preguntas a las que se enfrentó la sistematización y que se resolvieron en el proceso. En ellos se identifican las visiones culturales que mueven el pensamiento mediático, especialmente en la revista, las representaciones expuestas en el ámbito y desgranadas en la revista, la construcción de consenso, los mecanismos que intervienen en la producción del discurso mediático,

cuándo y cómo se instrumentaliza el lenguaje quebrando convenciones profesionales, las presiones. Relevancia del marco ético como instrumento de trabajo y de defensa de los periodistas o lectores frente a intereses subalternos. Los ejes delimitan las características de una etapa del periodismo peruano, post Fujimori, en donde se evidencia un escenario que pasa de la demolición a un sistemático hostigamiento. Periodo 2000 al 2001. El lenguaje es usado con ambigüedad. ¿Cómo enfrentamos este panorama en el sistema periodístico? La sistematización muestra las formas de recuperación de las entidades éticas como instrumentos de trabajo.

#### ***5.1.4 Interpretación***

Plasmar la sistematización ha significado la articulación de la práctica con la teoría en un proceso en el que se identificaron límites y posibilidades de la función de edición desde la producción editorial. Se identifican elementos para la elaboración de un marco teórico que permita el control y manejo de las subjetividades. Surgen propuestas y aportes metodológicos, técnicos e instrumentales.

La sistematización como método concreto conduce a identificar técnicas y herramientas de la profesión periodística ubicadas en el ámbito de las subjetividades. Explicita el marco de acción periodística con cánones de interacción entre el periodista y su público, basados en el código de ética, recurso indispensable en el ejercicio profesional, pues se trabaja sobre la conciencia de su audiencia. Ubica en su exacta dimensión el papel de productor simbólico del periodista, constructor de un imaginario.

#### ***5.1.5 Instrumentos y técnicas en la sistematización***

Los instrumentos usados en esta sistematización fueron:

- Revisión bibliográfica del perfil periodístico



- Revisión bibliográfica de la técnica periodística
- Revisión bibliográfica de los campos teóricos de la comunicación
- El marco ético institucional del Colegio de Periodistas
- El código de ética de la revista Énfasis
- La declaración de principios del Grupo REDES
- El contexto mediático
- La producción del discurso mediático:
  - Las notas de prensa de informaciones difundidas o no difundidas
  - Cartas de rectificación a informaciones difundidas o no difundidas en medios masivos
  - Los diarios de circulación nacional
  - Las informaciones en la revista

Técnica:

- 1) Técnicas de análisis de contenido. Aplicación del método cuantitativo y asociativo.
- 2) Selección de noticias:
 

Desde las fuentes:

Personajes productores de noticias

Instituciones productoras de noticias

Notas de prensa

Desde la difusión:

Periódicos La República, El Comercio, Perú 21, La Primera, La Razón, Correo, Expreso.
- 3) Selección de informaciones
- 4) Técnicas de selección a procesos

## **CAPÍTULO 6**

### **EL CONTEXTO EN QUE SE UBICÓ LA EXPERIENCIA**

#### **6.1 Contexto nacional**

El contexto nacional en el que surge la revista, en 2003, presenta un duro enfrentamiento entre los intentos de reciclaje de la red de corrupción descubierta y la llamada reserva moral del país. Una denodada lucha contra la impunidad se impuso desde diversos sectores, sobre todo académicos, ante una débil presencia gubernamental.

En la década 1990-2000, fuimos testigos de cómo una red de corrupción copó todos los espacios del poder en el Perú, liderada por Alberto Fujimori y Vladimiro Montesinos, con el respaldo de las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional. Este sistema de corrupción preparó el espacio simbólico de anuencia y aceptación hacia Fujimori y la política económica neoliberal que éste puso en práctica en sus dos gobiernos. El régimen de esta mafia estalló el 14 de septiembre del 2000, cuando la exposición del “vladivideo” Kouri-Montesinos lo puso en evidencia. Con éste y otros videos quedó demostrada la existencia de una red de corrupción encabezada por Fujimori y Montesinos. La conformaban generales, almirantes, jueces, parlamentarios, ministros, dueños de medios de comunicación, autoridades electorales, artistas, comunicadores, alcaldes, regidores, etc. Esta red controlaba los Poderes Ejecutivo, Legislativo, Judicial, así como como el sistema electoral e importantes medios de comunicación.

El proceso de movilización social, que desembocó en la Marcha de los Cuatro

Suyos, derrotó a esta red. Alejandro Toledo, como nuevo Presidente de la República, heredó entonces cuatro tareas esenciales para devolver al país los derechos y valores alterados en esa década:

- 1) Desmontar la red de corrupción y asegurar un castigo ejemplar de los involucrados, empezando por Fujimori y Montesinos;
- 2) Reformar las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional para limpiarlas de violadores de derechos humanos;
- 3) Empezar a pagar la deuda social con empleo y reduciendo la pobreza generada por el modelo privatizador fujimorista, que afectaba a más de la mitad de la población;
- 4) Replantear las relaciones entre el Estado y los dueños de los medios de comunicación para que estos recuperen su independencia y actúen con veracidad y principios éticos.

Toledo fracasó:

- 1) Su régimen fue débil ante la corrupción anterior y añadió nuevos casos, de los cuales, alcanzó notoriedad la falsificación de firmas para inscribir al partido País Posible, ahora Perú Posible, porque el responsable central del delito era el propio Presidente.
- 2) Toledo dio por cancelado el proceso de reforma de las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional, con lo cual permitió el reciclaje de muchos generales montesinistas; hasta el momento ningún alto oficial ha sido condenado por haber violado los derechos humanos, pese a existir pruebas abundantes.
- 3) En lo económico, Toledo aplicó el modelo neoliberal, favoreció a las transnacionales y grandes empresarios nacionales. Incluso, firmó el TLC con Estados Unidos para asegurar los negocios de los exportadores a costa

de los intereses de millones de campesinos pobres. La miseria sigue afectando a 13 millones de peruanos (según cifras oficiales). La falta de empleo sigue golpeando a los trabajadores. Los salarios solo subieron un 0.3% mientras las ganancias de las grandes empresas se duplicaron. La educación y la salud públicas se mantienen en la misma situación que en 2001.

- 4) En cuanto a los medios de comunicación, Toledo evitó enfrentarse a este poder. Por ejemplo, Genaro Delgado Parker, que no fue condenado debido a su edad avanzada, logró, sin embargo, la administración de Panamericana Televisión (se la quitó a su ex socio por disposición de un juez de Comas) y mantuvo el control de Red Global, Canal 13 (reclamado por sus acreedores). Asimismo, el dueño de ATV, Canal 9, no es habido; los Crousillat recién están siendo enjuiciados; sigue prófugo Calmell del Solar, ex dueño del diario Expreso.

El control que siguen ejerciendo los grupos económicos más poderosos se dejó sentir en el reciente proceso electoral, los programas políticos y noticieros organizaron su apoyo a favor de la candidata Lourdes Flores Nano, denigrando al electorado andino y amazónico que apoyó a Ollanta Humala y al propio Humala, considerado un *outsider*.

Al final de su gobierno y sobre todo después de la aprobación del TLC en el Congreso, Alejandro Toledo subió en las encuestas. Del 8% de aprobación que le daban en años anteriores, llegó al 47%. Reconocidos politicólogos, pero sobre todo la población, percibían en ello una forma de presionar al siguiente presidente en relación al programa económico. Las encuestadoras y los medios conjugaron un engranaje de intereses que dio como resultado la construcción de un imaginario adverso a Toledo, bombardeado por información de una misma vertiente.

Los medios sometieron a Toledo a un escrutinio minucioso, hecho que debería ser una norma. En su gobierno el poder político fue sometido a una exhaustiva vigilancia periodística. A diferencia de la anterior gestión, Fujimori gozó de un favoritismo mediático abrumador que lo elevó como un gobierno eficaz. Tan fuerte fue esta campaña que, pese a las revelaciones de profunda corrupción, en el imaginario de la gente quedó su “eficacia” como principal característica.

Se generó una práctica de descalificación a Toledo y anuencia frente a Fujimori.<sup>4</sup> Se abrió un espacio de anomia total en la sociedad, donde los valores estaban invertidos. En un ritual que nos llevó hasta los linderos de la era primitiva, a Toledo se le quemaba vivo en los medios. La representación de un presidente desfajado, a quien se le puede hacer todo tipo de bromas, creó una sensación de omnipotencia en los medios.

El discurso en torno suyo denotaba discriminación, las bromas sobre ‘guanacos’ y ‘llamas’ estaban a la orden del día. Generó una memoria negativa impuesta por los medios, a pesar de las encuestas que le dieron el 47% a su salida, no lo alejó de las críticas mediáticas movidas por voceros apristas; críticas vertidas como informes sobre la gestión de la ex primera dama, ejemplo, el gasto desproporcionado realizado en su despacho de Palacio de Gobierno. Esta noticia enfatizó el espacio utilizado, demasiados ambientes muy bien equipados y el consecuente gasto, al parecer, innecesario. La información emitida estuvo sesgada, un ambiente sobrio, adecuado para un monumento histórico, y los amplios espacios eran compartidos. Al emitir esta información no se tomó en cuenta la opinión ni las recomendaciones del INC, que definieron el costo, ni que el gasto de 100 mil nuevos soles correspondía a toda el ala este de Palacio de Gobierno, totalmente devastada después del paso de Fujimori, lo que hacía necesario

---

<sup>4</sup> Un comentario que circuló en la juventud creaba un imaginario de anuencia a una conducta corrupta: “El chino es un vivo”. Julio, 2006.

invertir en su recuperación como patrimonio cultural. Nuevamente se repite el manejo asimétrico de la información. El mismo contenido fue expuesto por TV, radio y prensa escrita, con una postura pasiva frente a la fuente. Los medios sirvieron de correa de transmisión de control y presión. Los nuevos ocupantes de Palacio de Gobierno estarían, desde su instalación, sometidos al escrutinio público (2001- 2006).

## 6.2 Contexto mediático

Los hechos analizados en esta parte convierten el contexto mediático en un instrumento para la sistematización por la producción intensa de material basados en rumores, y provocaron en conjunto focos de escándalo que mantenían a la audiencia sujeta al seguimiento de estas informaciones. Se instituye el efecto bomba como el método más eficaz para controlar el gobierno de Toledo. La opinión pública se convierte en un arma de ese control exacerbado por los medios.

En el gobierno de Toledo, los medios, que habían servido de escenario para las campañas psicosociales fabricadas en el gobierno de Fujimori, seguían funcionando. Los medios se convertían en el mejor instrumento nunca antes tan bien usado como en el gobierno de Alberto Fujimori. Las campañas psicosociales aplicadas en el gobierno de Fujimori presentaban una marcada secuencia de fácil apreciación:<sup>5</sup>

- Distraer la opinión pública
- Exaltar la imagen del gobierno
- Desprestigiar a la oposición

---

<sup>5</sup> Existen diversos y abundantes trabajos de sociólogos, antropólogos y comunicadores que coinciden con estas apreciaciones. ALFARO, Rosa María. “Una relación perversa entre medios y poder político”, *Cuestión de estado*, 30 (2002): 78-81.

CALANDRÍA, Monitoreo y sondeos, 16 de julio de 2006, 10.00 h, <<http://www.calandria.org.pe/veeduria/index.html>>

Y usaban como técnicas:

- Fijación de estereotipos
- Selección de objeto (enemigos)
- Bombardeo de informaciones tendenciosas
- Afirmación de objetivos
- Aparece la fábrica de noticias

Las revelaciones de compras de conciencia se fueron sucediendo paulatinamente a medida que se presentaban los “vladivideos”. Muchos periodistas se vieron involucrados como operadores mientras los dueños recibían dinero. Pero lo grave de este tema fue la pasividad del gremio ante el sesgo descarado de la información. Algunos justificaron su actitud con razones ideológicas: el hecho de coincidir políticamente con Fujimori los liberaba de responsabilidades.

En estas condiciones inicia su gobierno Alejandro Toledo. Los medios buscan diferenciarse y pasan de la anuencia a la hiperventilación de su gestión pública y vida privada. Un modo de control fue el uso de encuestas, los medios publicaban encuestas diarias que le daban apenas de 6 al 8% de aceptación. Debajo del manejo profesional de la noticia se escondía una intrincada gama de perfiles, entre ellos, aquellos involucrados a la red de fujimori reciclándose rápidamente. Las revelaciones de corrupción se sucedían esta vez con nuevos actores.

Por otro lado, el interés nacional e internacional por lo que ocurría en el mundo andino y amazónico aumentó con la presentación, en 2003, del informe final de la Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR). Este informe visibiliza las poblaciones andinas, secularmente excluidas, duramente golpeadas por 20 años de violencia política (1980-2000).

En la discusión sobre las conclusiones de la CVR, se expresa la polarización que divide el país. Las representaciones de esta polarización se encarnan en los personajes aludidos como responsables y las víctimas son, históricamente las mismas. Por un lado, las instituciones, como las Fuerzas Armadas, partidos políticos, los poderes del Estado, construyeron un bloque que fustigó a los integrantes de la CVR, por otro, el país no reconocido se instala en la negación a aceptar la cantidad de muertes ocurridas en el enfrentamiento armado vivido en el periodo comprendido entre 1980-2000.

Se abre un escenario de discusión en los medios, los cuales también expresan esta polarización con sus posturas a favor o en contra de los comisionados. Emerge la figura de un bloque hegemónico. Salvo La República, los medios en conjunto fustigan a los comisionados con el método del bombardeo liderado por La Razón. A pesar de ello, la discusión es saludable porque aflora el debate; fue tendencioso y, muchas veces, malicioso, con una carga ideologizada y hasta amenazante para los comisionados y las víctimas, pero se dio un debate abierto. “Ventilar emociones es una manera de liberarlas”.<sup>6</sup>

Lo peligroso es la utilización de los medios, como ocurrió en el gobierno de Fujimori, con fines ocultos y con un manejo subterráneo. Se impone en los editores la búsqueda de diversos instrumentos que permitan pasar de lo oscuro a lo traslúcido, a lo opaco, hasta transparentarla.

El desenmascaramiento de la red de corrupción instituida en el poder no significó su desmantelamiento o el acabar con la mafia, puesto que ésta funciona como una organización más eficiente que cualquier otra. Su capacidad de reciclarse le permite actuar con rapidez. A pesar de la caída de Montesinos, Fujimori y algunos otros de sus

---

<sup>6</sup> IGARTUA y HUMANES. *Teoría e investigación en comunicación social*, 2004, p. 300. Los autores explican la hipótesis de la catarsis. Postulan que ver contenidos violentos en los medios provoca un efecto beneficioso.



integrantes, aún permanece activa. Genera información. Fabrica noticias. A través de ello ejerce coerción, somete a sus objetivos, presiona sobre sus intereses, extorsiona, chantajea. Los medios son utilizados como escenarios de presión. La noticia cumple una función ajena a su finalidad como vigilante del poder: “La producción de la noticia y la opinión pública son instrumentos que pueden impulsar el control social”.<sup>7</sup>

Desde la puesta en escena del video Kouri-Montesinos en el año 2000, se han visto numerosos eventos de este estilo. Se descubrió la compra de conciencias, cómo se instauró esa adhesión ciega y cómo fueron utilizados los audios o videos grabados.

El Fondo Editorial del Congreso de la República sacó un texto en el que se reprodujo los diálogos de los videos incautados al SIN, material que prueba cómo se ejercía coacción, chantaje, presión con los videos.

En el gobierno de Alejandro Toledo fue evidente el uso de dicho método. El presidente estaba cercado por espías que sacaban a la luz sus diálogos. Sus amigos eran sometidos a espionaje permanente, sus conversaciones fueron expuestas según fines de presión, ejemplo, la actuación de Salomón Lerner Ghitis con los Wolfenson, los audios se hicieron público desmascarando las negociaciones ente ambos. El abogado César Almeida, jefe de inteligencia, cayó por este método, bajo el cargo de comercialización de un audio ofrecido por el entonces agente Sun, conocido como Miguel Salas Sánchez.

Es una utilización que activa los mecanismos informativos. Y nos sirvió para medir los alcances de la profesión. Cómo a través de las informaciones se compone todo un escenario de presión, coerción, chantaje que no ha parado. En cada momento, el tinglado de intereses reta la capacidad periodística. Solo después de analizar los videos

---

<sup>7</sup> Ibídem, p. 111.

en la salita de montesinos se pudo confirmar lo involucrados que estaban algunos colegas en este manejo mafioso de los medios.

Un claro ejemplo de coerción y chantaje expuesto en los medios, fueron las declaraciones del ex coronel Benedicto Jiménez, quien participó en la captura de Abimael Guzmán.

La escenificación en los medios de videos o audios como método de presión se ha vuelto rutina. Inmersos en este hábitat de corrupción, la acción de chantaje, extorsión ha perdido el sentido de delito. Las declaraciones del candidato aprista, coronel retirado de la policía, Benedicto Jiménez, fueron un ejemplo palpable. Desfiló en todos los medios: radio, prensa escrita y TV, el 12 de septiembre del 2006, decía tener en su poder 40 audios grabados por la Policía, y que los usó como defensa para evitar que le dieran de baja en esa institución. En ellos se escucha al ex general de la Policía Antonio Ketín Vidal aconsejando a Abimael Guzmán.

Los audios fueron grabados de 1992 a 1994 en la Base Naval del Callao, como parte de las operaciones psicosociales del otrora Servicio de Inteligencia Nacional. En 1995-2000, el coronel Benedicto Jiménez fue destacado por las altas esferas del gobierno de Fujimori como agregado militar en Panamá.

Antonio Ketín Vidal pasó al retiro, después de que las capturas de Abimael Guzmán y de los cabecillas del MRTA lo catapultaron como héroe nacional. En estas circunstancias surgieron las campañas en su contra. Se hizo más evidente cuando intentó participar como candidato en la plancha presidencial de Javier Pérez de Cuellar en 1995, fecha en que pide su pase a retiro y no se lo dan. En 2001, como Ministro del Interior del gobierno transitorio de Valentín Paniagua, capturó a Vladimiro Montesinos en Venezuela. Después de ello, salieron a luz denuncias en contra del General, el video en la salita del SIN, la acusación de haberse apropiado de un millón de dólares, las

conversaciones con Abimael Guzmán, entre las más fuertes de una campaña de demolición.

En septiembre del 2006, es el mismo coronel Benedicto Jiménez quien afirma que entregó al periodista José Arrieta un audio difundido en 2001 y, posteriormente, entregó más de ellos al periodista Carlos Paredes, que fue el material base de su libro sobre el general, “La caída del héroe”. El domingo 10 de septiembre de 2006, el periodista difunde otro audio en Reporte Semanal (Canal 2) y, oportunamente, para la presentación de su libro, vuelve al tema de los audios que pretenden poner un sesgo en contra del general Ketín Vidal cuando interrogaba al terrorista.

Los datos sirven de insumo para medir el alcance de las declaraciones de Benedicto Jiménez, quien fue subordinado de Ketín Vidal como miembro del GEIN, encargado de la captura de Abimael Guzmán. Es un ejemplo para evaluar cómo se mueven las fuentes en un contexto de ambigüedad, cómo se convierten en noticia y cómo se utilizan los medios y a los periodistas subordinando la función de informar.

El domingo 10 de septiembre de 2006, salió en Reporte Semanal como una noticia exclusiva, con leve rebote en los medios escritos porque ya tuvo explosión en 2001(Efecto bomba). Pero el martes siguiente, es el mismo coronel Benedicto Jiménez quien recorre todos los medios hablando de los audios, su cantidad y cómo los utilizó, lo que sí es noticia. Vuelve el tema por otro ángulo, pero la verdadera noticia lo implica como autor de un delito. La rutina de su uso le impide ver el delito y la inmoralidad de su acción.

Se descubre el espionaje y contrainteligencia entre los mismos miembros policiales, de un subordinado a su jefe. Sin ningún escrúpulo lo hace manifiesto. Esta actuación inmoral se ha pretendido “legitimada” por su uso, aunque el mantener en su poder material del Estado lo implica en el presente. Pero se defiende diciendo que,

“como delito, ya prescribió”. Se pone por encima del Estado de Derecho: “no hará entrega de los 40 audios porque no confía en el poder judicial”. Lo grave del asunto es la forma naturalizada de usarlos: “Los audios me han permitido sobrevivir policialmente, cada vez que querían darme de baja, sacaba uno”. Su declaración evidencia el uso del chantaje y lo considera “una legítima defensa”. Dijo tener audios que no solo involucraban a Ketín Vidal.

Un método de uso corriente en el gobierno de Fujimori continuó. Los audios se difundieron en 2001, actualmente, son insumo para el libro del periodista Carlos Paredes. Y como sentencia de los mecanismos que se usan para esconder la verdad, concluye: “Hay muchos secretos de la historia que están allí y quedarán allí”. (Canal 7, programa Mesa Central, 12 de septiembre del 2006). Chantaje, extorsión, coerción, presión en el aire a través de las mismas pantallas del canal estatal.

Es la puesta en escena de prácticas y discursos. Mientras el Presidente de la República, Alan García, hablaba de una cultura del deber, su candidato a la alcaldía de Lima desconocía con sus actos los principios del deber. No solamente hay una dimensión judicial en la utilización de los audios, sino una falta de ética con el uso de un material de propiedad del Estado. Este tema pone en evidencia el tráfico de información policial, judicial y de investigaciones en curso, de agentes que comercializaban con la información confiada a ellos por su trabajo.

Esta acción tiene dimensiones morales, judiciales, políticas y mediáticas como candidato a la alcaldía por el APRA, partido en el poder. Los medios han tocado el tema sin entrar al cuestionamiento de su acción como candidato oficialista. No se observa un trato mediático semejante al que tuvo Alejandro Toledo. Más bien, hace recordar la benevolencia de trato ejercida en la etapa de Alberto Fujimori. Con la entrega de los audios a la Fiscalía el tema concluyó. Sin embargo, el público ejerció su derecho a

manifestarse dándole solo un 4% de preferencia en las encuestas. Los medios recordaron antiguas benevolencias con el candidato del APRA. En ningún momento el juicio mediático a este sistema de infidencias lo colocó en su nivel de ilegalidad, inmoralidad, o delito judicial. Todo lo contrario, fue apasionadamente defendido por Mercedes Cabanillas, en apariciones contundentes, con una cobertura aplastante (Efecto Bomba) y fue cubierto por los medios en su totalidad.

En cada época volvemos al tema de los audios con una reiterada evidencia de los usos del poder en negociados (Audio León Alegría 10/2008). El mismo acto depredador develado, a pesar de que afecta a las arcas públicas, queda en segundo plano al cuestionarse la forma como se obtuvo la información, y la amenaza que ello implica al sentir una vigilancia panóptica. Lo que antes no llamó la atención ahora es un tema trascendental: el uso de una información conseguida con medios ilegales (el chuponeo). Se desvía la atención de un delito con implicancias políticas.

Y apenas empieza, se suman hechos con una truculencia digna las más escabrosas ficciones como la muerte de narcoterroristas en el Vrae, la oportuna detención del alcalde de Pucallpa, implicado en drogas, un famoso pedófilo, la espectacularidad en la detención de Magali (la portátil y los entrevistados son los mismos rostros fujimoristas y obtienen un espacio retumbante: efecto bomba en su pico más espectacular, por primera vez coinciden actualidad, espectáculos y deportes). El acto judicial se enmaraña, distorsiona y lo pretenden volver un atropello a la libertad de expresión. Contribuyen a oscurecerla más los mismos periodistas, en un ámbito de ambigüedad y ambivalencia en donde emerge el periodista instrumental. Detrás del escándalo, la presencia de un agente vinculado al servicio de inteligencia es la constante, es quien propicia el

destape. La misma Magali reconoce su utilización de cortinera, puesta al descubierto al identificar a uno de sus urracos como agente del servicio de inteligencia. En este contexto se desarrolla el trabajo de los periodistas.

### **6.3 Contexto institucional**

En 2003, se había creado Editorial Línea Andina, cuyo espacio de trabajo estaba dividido en tres áreas:

- 1.- El conjunto de proyectos ejecutados para Multicanal TV. Diseño de diversos pedidos: sitio Web, producciones multimedia. Revista, material de difusión escrita, publicidad. Proyectos especiales.
- 2.- La imprenta: produce las publicaciones de ONGs como el Centro Flora Tristán, Cladem, Demus, Instituto del Bien Común, Comisión Andina de Juristas, FAO, Naciones Unidas, entre otros. Su equipo de periodistas diseña proyectos para diversas instituciones.
- 3.- La editorial: su área de publicaciones tiene como línea de acción la difusión de proyectos informativos y textos especializados. La producción editorial tiene un desarrollo cada vez más interesante en nuestro país. El papel del editor como marca, como sello aún es incipiente. Las empresas más conocidas editan textos escolares (Norma, Bruño, Escuela Nueva); otras salen de las canteras de los diarios, como El Comercio, La República, Ojo, entre otros; los demás (Mesa Redonda, Estruendo Mudo, fondos editoriales de universidades y editores independientes) tienen tirajes cortos. En conjunto, se ha logrado generar un movimiento cultural cada vez más importante en el Perú. Una muestra de ello es la consistencia organizativa de

las ferias de libros cada año. En Europa como en los países de habla inglesa, el Publisher (editor empresario) y el editor cumplen funciones separadas, cada uno en sus respectivas especialidades.

En nuestro medio, este perfil fusiona su trabajo de editor como marca y el especialista en contenidos. La búsqueda de calidad entronca ambas funciones.

El sello editorial es el editor. La institución contiene al editor de contenidos. Ambas funciones confluyen en un mismo perfil por las condiciones del contexto. sin embargo, es importante desagregar esta función, plantear sus diferencias:

El editor empresarial, la marca o sello, el propietario del © Copyright: es la Editorial Línea Andina, su acción está definida en la función comercial: la concepción del producto y la venta, el mercado para un producto de consumo, sea un texto de especialidad, una revista o un periódico.

El editor de contenidos, cumple su labor en la función de selección de materiales a publicarse, trabaja con el contenido de los textos. Si bien, en la selección tiene en cuenta la sintonía con el público como intención de venta, no significa un contacto directo. Ésta se inicia y termina en la búsqueda de sintonía con el público, más no con una venta directa. Ésos son los límites de esta función en relación al negocio. Es importante remarcar la distancia del editor de contenidos con la ventas, porque en nuestro medio el perfil se fusiona, existe marcada inclinación por supeditar las razones económicas, transacciones que priorizan la supervivencia del producto a costa de someter

su contenido, con ello arrastra a vicios al vender contenidos<sup>8</sup>, situación que no corresponde a la experiencia de Editorial Línea Andina.

La visión empresarial es paralela a la visión periodística. No se cruzan. Convergen hacia objetivos comunes: la calidad del producto.

La visión empresarial implica un negocio que debe producir ganancia. Los libros, las revistas o tabloides, considerados proyectos de comunicación, son manejados como objetos de consumo en el mercado. La audiencia está considerada como público objetivo, sectorizado, segmentado; así ingresa al plan de ventas en el desarrollo de su estrategia de marketing.

La visión periodística no se mezcla con el negocio. Es ajena al texto como producto de consumo. Es incluso ajena a la venta de publicidad.

El trabajo periodístico especializado está al margen de los negocios. Ni las ventas de las revistas ni la publicidad tienen que ver con el trabajo informativo. Los contenidos informativos no responden a la publicidad ni a intereses comerciales.

### **La visión empresarial:**

El editor, propietario del copyright, es el responsable de generar líneas de publicaciones:

Estudia el catálogo: el ámbito editorial. Editores de ficción y editores de libros técnicos, literarios, históricos. Como en nuestro caso que se están en proceso trabajan colecciones populares como fotonovelas (de temática histórica), y se mantienen vigentes las historietas.

---

<sup>8</sup> Aunque en nuestra experiencia nacional, hemos sido testigo de la venta de espacios y contenidos en medios de circulación nacional.



Desarrolla colecciones: en ellas busca la generación de una identidad. Trabaja maquetas gráficas. Caracterización de las colecciones por función, tema, público, precio.

Observa con una tabla de valores la selección de originales. Originales espontáneos y originales por encargo. Mantiene una instancia de evaluación de originales.

Es responsable de la preedición: planificación de las colecciones y títulos a publicar. Se encarga de la determinación de costos y tiempos. Elaboración del presupuesto y el cronograma.

Busca alianzas financieras, los colaboradores de la editorial. Un ejemplo lo tenemos con el pacto establecido para el Grupo REDES, con quienes compartimos gastos y beneficios.

Líneas de acción:

Es responsable del llamado *macroediting*. Las diferentes etapas que contienen el desarrollo de una publicación.

Establece una relación con autores para mantener en alta la producción. Realiza una selección de autores y profesionales que participarán en el proceso de la edición.

Desarrolla un control de producción.

Organiza campañas:

Promoción de la editorial, los títulos y sus autores.

Prensa y publicidad con autores locales y extranjeros.

Promoción del material en las librerías.

Maneja libros y revistas como mercancía, un producto de venta. Tiene que ver con todos los elementos que intervienen en el mercado: las ventas, el consumo, la distribución, la ganancia. Trabaja para posicionar sus materiales como productos, colocar una marca, vender más.

Proyectos ensayo:

La editorial está interesada en encontrar productos que provoque el interés del público nacional. En el análisis de contexto, ubica la necesidad de encontrar medios para alcanzar a más lectores según sus intereses intelectuales.

Nuestros análisis se basan en indagaciones sobre un pueblo diverso, multinacional, con lenguas distintas y lenguajes complejos. En este marco, proponemos una serie de proyectos ensayo para llegar al objetivo como:

Revistas.- Tanto el equipo como la misma editorial desarrollan diversos modelos y lenguajes para lograr sus metas. La configuración de equipos multidisciplinarios nos permite ejecutar esta propuesta.

Fotonovelas: se trabaja con la misma creación popular. Historia de sus tradiciones más sentidas. Tejidos, oralidad, costumbres colectivas.

Historietas. Ensayos desde el trazo. Se busca identificar una creación genuina que no esté influenciada por producciones extranjeras.

Texto.- Se trabaja con generaciones jóvenes, desconocidos, a contracorriente de nuestras similares que basan su estrategia de ventas en perfiles consagrados.

La revista como proyecto periodístico empresarial:

Se hace un producto pensando en su éxito económico. El proyecto de comunicación, la revista *Énfasis*, no escapa a estas condiciones.

El editor empresarial prevé el tiempo para su posicionamiento, maneja un *Brief* con un equipo encargado, desarrolla el plan de marketing.

Maneja la revista como producto competitivo:

Su tiraje

Calidad de materiales

Tipo de papel

Colores

Formato

Acabado

Impresión: procesado de placas, papel, tintas

Elige el equipo humano responsable: director, editor, corrector, diagramador, redactores y demás profesionales encargados del contenido de calidad y ejecutan las pautas del directorio para la elaboración de un producto educativo, cultural y asequible al gran público. Sus lineamientos son:

Desarrollar un estilo: con fuerza narrativa en el lenguaje.

Buscar primicias: la noticia como principal insumo.

Plasmar representatividad: identidad como rol articulador.

El director define responsabilidades y se encarga de generar los lineamientos de la revista, de la información y de construir con ellos el rol social como articulador e integrador, en respuesta a la necesidad de nuestra sociedad. El editor se encarga de trabajar con los materiales informativos cumpliendo esta visión de la dirección. Trabajan en equipo con los demás profesionales.

Para el editor empresario el aspecto económico es fundamental. El costo: el concepto es sumar ventajas y restar gastos. El equipo humano de la revista es mínimo.

El editor empresarial define su segmento social: a qué público quiere llegar, con quiénes compite y en dónde.

En la revista se ubica como objetivo a un público progresista y académico,<sup>9</sup> especializado y otro público potencial. Ha tenido intensa acogida en los sectores de trabajadores adaptados. Aunque en nuestro país, las fronteras de estos esquemas son fluctuantes, pasamos y volvemos con una inmensa facilidad de un segmento a otro. Es un punto que el equipo de prensa toma en cuenta para la producción de informaciones.

### ***El marketing:***

Estudia los puntos de venta. Trabaja con público segmentado:

Sus códigos

Intereses

---

<sup>9</sup> Los estilos de vida es una segmentación desarrollada por Rolando Arellano C. en *La segmentación de mercados*, 20 de marzo de 2007, 10.00 h, <<http://www.arellanoim.com/lasegmentaciónde mercados.htm>>.

### Movimientos del mercado

Precisa un producto según las condiciones del medio. Estudio de mercado.

Crea en el público la necesidad del producto.

Establece un vínculo personal, a través de correos, teléfonos, cartas. Se hace indispensable la generación de un sitio Web para la revista con foros de participación.

La preventa:

Es una buena alternativa ampliamente usada ante la baja significativa de ventas de medios escritos. La necesidad de renovar los modelos, de hacer prensa escrita impulsa este proyecto. Los pedidos de universidades y sectores intelectuales alienta el proyecto de suscripciones.

La distribución:

Una vez establecidos los puntos de venta, se procede a manejar la distribución como una negociación de beneficios mutuos.

La colocación del producto frente a la competencia. Los incentivos para que en kioscos y revistas, nuestro producto salte a la vista del público y no se esconda ante la inmensa cantidad de competidores que existen en cada región. Los vendedores individuales tienen sus estrategias propias, aprendidas del contacto directo con el público.

La capacidad de retorno de estos puntos de venta es otro aspecto complejo. Se manejan las formas de pago con la red de ventas establecidas de modo que no hagan regresar al encargado. La continuidad genera costumbres y adaptaciones.

***La publicidad:***

La venta de espacios como ingresos son propuestas que se desgastan fácilmente. Involucra:

Agencias

Industrias

Servicios

La escasez ha convertido a la publicidad en un bien apetecible. En muchos casos, la venta de publicidad está condicionada a la línea editorial. En la mayoría de los casos, los proyectos nuevos son apoyados por empresas amigas.

En el caso de la revista *Énfasis*, la publicidad no fue su principal fuente de ingresos.

Estos son, en términos generales, los aspectos que preocupan al editor empresarial. En la editorial esta función recae en los directores o socios de la empresa. El directorio nombra a los responsables de cada proyecto que se lanza al mercado.

Ellos definen el perfil del editor periodístico, quien se responsabiliza de los contenidos.

Nos dedicamos profusamente al concepto de editor, por ser el interés de la presente sistematización, obviando otros perfiles periodísticos, sujetos de menciones secundarias.

### **Visión periodística**

Hay dos tipos de editores de textos o contenidos:

- 1.- Editor de contenidos, dedicado a componer un conjunto de elementos en un texto de especialidad. Es el responsable de aplicar criterios de evaluación para la publicación de un texto bajo tres imperativos:
  - Innovación conceptual
  - Rigor metodológico
  - Riqueza de contenido
- 2.- Editor de revistas o periódicos, trabaja con la información como insumo. Es el editor propiamente periodístico. Requiere tomar distancia de los intereses de su empresa en el manejo del material. Por ello, su función es mucho más compleja, enfrenta dilemas y desafíos constantes. Por un lado, su capacidad de forjar sus propias herramientas para evitar autocensuras califican la independencia de su función, y por otro, una apertura a nuevas propuestas que alimenten su experiencia construyen la calidad de su trabajo.

### ***Las publicaciones:***

La editorial organizaba su área de publicaciones en torno a constantes pedidos. Por esta experiencia, tengo la oportunidad de estar cerca a la producción de menor tiraje.

El proceso de edición contiene variantes que el producto determina:

Libros

Revistas

Tabloides

Memorias

Agendas

Directorios

A cada producto le corresponde una metodología de trabajo específica en la edición.

La edición de contenidos es un área necesaria en la producción de libros que, junto con el corrector, permite lanzar un texto limpio de errores. El autor, quien puede tener un gran conocimiento de la gramática y la semántica, ha trabajado tantas veces el libro que ya no ve los errores. Lo mismo le ocurre al editor de textos. Lo ha leído tantas veces, que corre el riesgo de obviar algunos errores. Para ello se acude al corrector, un aliado indispensable en el trabajo de edición.

La edición de un libro es un trabajo sin presiones inmediatas como ocurre en el sistema periodístico, toma un tiempo evaluar la jerarquía de la selección final, la cual debe tener una estructura basada en:

- coherencia en sus ejes
- consistencia en el contenido
- fluidez en la redacción

La edición de una revista o periódico es mucho más veloz, provoca más tensión por su continuidad: semanal, quincenal, mensual, bimensual, etc.

### ***El proyecto periodístico***

La revista Énfasis.- El grupo de investigadores de REDES presentó la propuesta de lanzar una revista que se oponga a la homogenización de la información producida en esos momentos. En estas informaciones la



anuencia era característica avasalladora. Los medios se limitaban a informar con datos fuera de contexto, existían muchos vacíos en la información. El decano de la facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, Oscar Quezada, lo explica así: "junto con una prensa confiable, digna y respetable aún subsiste, existe, persiste y hasta progresa una prensa irresponsable, sensacionalista, escandalosa con lo nimio, deliberadamente mentirosa y falaz. En realidad se trata de una pseudo prensa que engaña, oculta, inventa a su antojo, que se sustenta en el rumor, en la insidia, en la noticia no comprobada, en el blanqueo de información y otras argucias".<sup>10</sup>

Se requería, pues, de un trabajo de interpretación desde diversas visiones para entender el contexto y sus implicancias. El público mostraba su descontento con la falta de credibilidad de los medios. Buscaba otras alternativas de información. El análisis de audiencia del grupo REDES realizado en 2003 aún es vigente. La encuesta efectuada en agosto y setiembre de 2006 por la empresa AD-REM S.A. sobre consumo y grados de satisfacción de los usuarios de radio y TV a nivel nacional lo confirma. El público muestra su descontento.

80% opina que las noticias son mayormente policiales.

85% dice que se dedican más a delitos.

86% piensa que las noticias en su mayoría se refieren a Lima.

74% piensa que las noticias tienen una intencionalidad.

75% opina que los periodistas son políticamente parciales.

---

<sup>10</sup> Conferencia de inauguración del decano de la Facultad de Comunicación, Oscar Quezada, en el seminario internacional *Ética, prensa y democracia* organizado por el Consejo de la Prensa Peruana, el 20 de marzo del 2007, en la Universidad de Lima.

La encuesta realizada en zonas urbanas es completa en preferencia, credibilidad y consumo. La radio es sentida más cercana y neutra; la TV, más entretenida. La TV mantiene su importancia a nivel nacional, disminuyen la radio y los medios escritos. Las principales fuentes de información a nivel nacional son la TV y la radio, en ese orden, en tercer lugar están los medios escritos.<sup>11</sup>

Este panorama no era desconocido para el Grupo REDES ni para la Editorial en el año 2003; por ello, el proyecto de comunicación basaba su calidad en la ética. Se concibió con tres ejes fundamentales:

El rol que se quería cumplir: más allá de considerarse vigilante del poder, se requería un proyecto que se convierta en un articulador social<sup>12</sup>. Por su carácter socializador, este rol concebía la información como un bien común, espacio que se abría al reconocimiento de grupos hasta el momento invisibles para los medios.

La significación de lo público:

El derecho de informar sumado al deber con los ciudadanos generaba responsabilidades y límites.

La construcción de ciudadanía: se rescataban los principios de igualdad de oportunidades, acceso a las páginas de etnias y diversos temas significativamente regionales, apertura a una visión más amplia de ciudadanos con acceso a los medios.

Estos lineamientos creaban el marco de trabajo para el editor en el manejo

---

<sup>11</sup> Estudio cuantitativo sobre la radio y TV en señal abierta y el consumo de los usuarios de TV a nivel nacional realizado por la empresa AD-REM S.A., agosto-setiembre 2006, 21 de marzo de 2007, 10:00 h, <<http://www.concortv.net/concortv/documentos/estudios/consumortv>>.

<sup>12</sup> Conferencia de Rosa María Alfaro “Medios de Comunicación y ciudadanía. ¿Relaciones de Poder?”. 16 de octubre de 2007.

de la información. La revaloración de las técnicas del periodismo construían vallas ante la cuantiosa producción de noticias que se daba en el medio. Ellas se suscitaban desde diversas fuentes con evidentes pruebas de continuar el estilo de producción noticiosa dada en la década de Fujimori, situación que nos enfrentó continuamente a detener mucho material inconsistente basado en rumores. Los valores, dilemas y compromisos del equipo estaban plasmados en una declaración de principios que servía como referente obligatorio. Quienes se involucraban con el proyecto estaban obligados a firmarla.

Con estos argumentos, la revista ingresa al universo mediático. Se suma a otros proyectos informativos de similares características. Es una gota en un océano de producciones menores, pero que en conjunto tiene significación.

Esta sistematización se refiere a la experiencia de edición, en torno a ella desarrollo el desenvolvimiento de la revista, se explica el rol periodístico y función de los actores mediáticos. Los puntos expuestos engloban el desarrollo de aspectos que tienen que ver con el manejo de la información, el imaginario que construye. La simbología fluye en cada palabra escrita, presente en cada capítulo.

## **CAPÍTULO 7**

### **DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA**

Debido a la diversidad de materiales, temas y secciones que caracterizan el manejo de la información en la edición, se hace necesaria la elección de una estrategia que permita visualizar el conjunto de situaciones cotidianas que vive el editor. La metodología aplicada en el tratamiento de las informaciones sin confirmar como objeto de sistematización permite observarla en medio de su rutina, sus problemas y sus dilemas. Es una entrada al análisis del trabajo de edición.

La verificación como herramienta es una obligación del profesional periodista y lo es mucho más aún del editor. Por ello, estas informaciones contienen un peligroso ingrediente de intencionalidad al publicarse. ¿En qué circunstancias un rumor se vuelve noticia? El editor de la revista enfrenta posiciones, enfoques y compromisos para manejar este tipo de informaciones.

La descripción de la experiencia está ordenada en cuatro aspectos. Debido al contexto en que surge, la revista define como compromiso prioritario su vínculo con la audiencia; la coloca como el norte del editor y de la revista, con quien adquiere un compromiso que diseña las pautas de su funcionamiento, determina su sentido de existencia, por quién y para quién trabaja el medio, y a quién debe el máximo respeto al brindar información. Es precisamente en respuesta a la nebulosa etapa post Fujimori existente, que se crea la necesidad de un espacio de discusión, en este contexto surge la revista y por ello la audiencia adquiere relevancia absoluta, se crea la necesidad de un espacio de discusión.

El segundo aspecto es la revista y su proceso de producción, en donde se inserta la experiencia que se sistematiza. El equipo, financiamiento y producción. Aspectos de organización, formato y estructura que enmarcan el trabajo.

La función de edición que desarrolla la sistematización es el tercer aspecto. Su sistema propio de trabajo, rutinas, tareas regulares.

En cuarto lugar, enfoca su aplicación; el procedimiento concentra paradigmas, estilos y principios periodísticos con los cuales realizamos el tratamiento a las informaciones.

Los cuatro aspectos confluyen en un solo momento: la edición del material seleccionado para difusión. Y es que la información tiene una dirección: su audiencia; un cuerpo: la revista; un filtro: la edición; un método: fusión de técnicas, cualidades, condensado en la selección. La experiencia propuesta como sistematización devela espacios de ambigüedad y ambivalencia en el periodismo.

La edición necesariamente está sostenida por su enfoque sobre el público, desde donde emergen las herramientas técnicas para proceder a dar el tratamiento periodístico a las informaciones, sobre todo a aquellas que generan situaciones problemáticas, como sucede con las informaciones sin confirmar. Los instrumentos éticos y las herramientas técnicas se fusionan en el manejo de la información: están presentes en todo el tratamiento periodístico, de cómo es obtenida, procesada y difundida.

Con la responsabilidad de mantener el control de la información que se difunde, el editor hace un seguimiento al proceso informativo desde su planificación en el cuadro de comisiones, participa en el tratamiento de las informaciones y luego selecciona entre muchas que pugnan por espacio. Por ello, es interesante centrar la sistematización en informaciones que provocan dificultades, como aquellas que rompen con las

convenciones periodísticas: la información sin confirmar, informaciones que surgen como rumores y son difundidas utilizando el verbo en condicional.

¿Por qué un dato basado en un rumor se difunde? Por principio, el uso del verbo en condicional no es recomendable, incentiva el condicionante de rumor en el texto, rompe con las convenciones y atributos implícitos en la información. No se puede difundir una información que carece de precisión porque las consecuencias son letales para el medio. Los desmentidos y la responsabilidad frente a los afectados caen irreversibles.

Por ello, el tratamiento a esta información cruza el proceso de edición para validarla, descartarla o transformarla. El proceso se inicia con el compromiso como profesional frente a su lectoría. De esta relación se desprenden los conceptos que se plasman en el tratamiento, el tipo de publicación en que se trabaja, la función que se ejerce, cómo se ejerce y qué elementos componen el tratamiento. El espacio público de nuestra producción periodística es determinante. Los efectos que provocan nuestros informes miden los aciertos o desaciertos. Observarlos permite entender la hostilidad existente en ciertos sectores contra los periodistas, agudizada con los días.

## **7.1 Política informativa**

Al ejecutar las tareas de edición, la mirada del profesional está enfocada en el público. ¿Cómo nos acercamos al público? ¿con qué material hacemos contacto? ¿qué información engancha a nuestra audiencia? ¿qué información vende?<sup>13</sup> La finalidad de la revista son sus lectores. Por ello, su naturaleza tiene carácter de servicio social, pues su función es informar. De este compromiso del medio y del editor con su sociedad

---

<sup>13</sup> Estas preguntas contienen también preocupaciones por la venta del producto como la búsqueda de sintonía con el lector. El éxito está ligado a su venta. La aceptación del producto compete al editor.

nace un sistema de organización de su metodología sustentada en principios, como autonomía, independencia, responsabilidad, honestidad, la veracidad en el manejo del insumo periodístico. Porque trabajamos sobre la conciencia de una audiencia, la revista proyecta estas discusiones internas como un sistema de alerta constante.

Ninguna otra profesión tiene tan marcado un código de ética en su accionar como el periodismo, y es porque la función de informar está dirigida a la conciencia; la ética constituye un instrumento que acompaña a las herramientas técnicas en el proceso ya mencionado de producción de información.

El periodista no responde a parámetros patronales ni se sujeta a presiones que sus convicciones rechacen. Existe en el Congreso un proyecto de ley sobre la inclusión de la cláusula de conciencia en los contratos, que da al periodista el derecho a renunciar en cuanto el medio interfiera con sus principios, sin perder el respaldo económico. El debate sobre este tema fue convertido en un texto en el que participaron reconocidos periodistas del medio.<sup>14</sup> Difícilmente, un proyecto que interfiera con el manejo empresarial entraría en debate, pero el intento muestra lo visible de los ámbitos de presión.

La información es un instrumento necesario para la construcción de una sociedad. Sea o no una propuesta conciente, la información emitida ya es formativa. De la calidad de la información depende que la ciudadanía tome decisiones correctas, conozca sus derechos y los haga valer. La democracia nace en la conciencia de la ciudadanía y ésta es orientada por las informaciones que difunde el periodismo.<sup>15</sup> He allí el peso de su responsabilidad.

El editor periodístico, como profesional, debe su lealtad, compromiso y

---

<sup>14</sup> MORALES CASTILLO, Fabiola (comp.) *La Cláusula de conciencia*, 2003, p. 127.

<sup>15</sup> RAMONET, Ignacio, *La teoría de la comunicación*, México, Temas de debate, 1998. El autor dice: “el público no solo se informa, orienta sus decisiones a partir de esta información”.

obligación a su público o audiencia. El objetivo principal de la información son los lectores, por lo que se considera un bien común, y la profesión tiene carácter de servicio social. Con este enfoque se construyen los parámetros de trabajo de la edición en la revista.

### ***7.1.1 Actores del espacio público***

El concepto propuesto por la revista contenía una búsqueda de legitimidad en el espacio público, menoscabado por visiones que provocaban agresión contra los periodistas. Los medios de comunicación han pasado de ser importantes a convertirse en indispensables en la cotidianidad social. Su poder radica en los efectos como constructores de sentido en la ciudadanía. El lenguaje informativo se transforma en el medio,<sup>16</sup> de cómo se transmiten estas significaciones. Con esta premisa se produce un cambio de paradigmas en la Comunicación Mediática<sup>17</sup>, que implica a su naturaleza, funcionamiento y efectos. De ser meramente informativa, se vuelve articuladora de la sociedad.

En nuestra sociedad heterogénea, inasible, fraccionada, el funcionamiento de los medios como articuladores de una comunidad de su influencia es fundamental por su capacidad de generar conocimiento de su entorno y del mundo.

Por su naturaleza, son activadores de la esfera pública; sus efectos tienen trascendencia como movilizadores o desmovilizadores<sup>18</sup> de la opinión pública, por lo

---

<sup>16</sup> MCLUHAN, Marshall. *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, 1996, p. 30. En el capítulo “El medio es el mensaje”, el autor afirma: “Este hecho característico de todo medio implica que el ‘contenido’ de todo medio es otro medio”.

<sup>17</sup> IGARTUA y HUMANES. Óp. Cit., p. 30. Los autores denominan la Comunicación Mediática como objeto de estudio.

<sup>18</sup> BOURDIEU, Pierre. *Sobre la televisión*, Barcelona, Editorial Anagrama, 1997, p. 28. Otros textos del mismo autor nos abren a una nueva perspectiva para observar los efectos de los medios sobre la audiencia: *Capital Cultural, la escuela y espacio social*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2003. *Pensamiento y acción*, Buenos Aires, Libros del Zorzal, 2002. *Los usos sociales de la ciencia*, Buenos Aires, Nueva



que estaría considerando su producción informativa no solo como defensora del bien común, sino como un bien común en sí misma desde donde se construyen las nociones de identidad, memoria, ciudadanía, pertenencia. Su funcionamiento es de interés público. Lo cual, los coloca fuera de la lógica del mercado. La noticia no es mercancía, toma distancia de intereses económicos, comerciales y, más bien, está enfocada a brindar un servicio a la comunidad.<sup>19</sup>

Estos fundamentos construyen las pautas de trabajo para darle un rol al proyecto de comunicación. En este rol se mide la información que se emite, su trascendencia e interés para la sociedad. Son parámetros que guían la ejecución de la función de edición. Se establece un pacto entre el editor y su público basado en objetivos que imponen como instrumentos los valores éticos, los cuales generan una fuente de legitimidad como productores de sentido. Este concepto separa los espacios informativos de aquellos destinados a la publicidad. Impide mezclar las ventas con la información en producciones como la revista, susceptibles de caer en la venta de espacios informativos. Este principio no se contradice con los criterios de calidad para vender más que maneja el editor en la selección de contenidos, lo cual no tiene que ver con una venta directa.

### **7.1.2 La dinámica circular**

El periodismo genera dinámicas circulares, su trabajo trasciende el marco institucional. Las informaciones son examinadas en el contexto mediático: cómo fueron trabajadas por otros medios, en qué acertamos, en qué fallamos, qué omitimos. Además

---

visión, 2000. *Contrafuegos: Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*, Barcelona, Anagrama, 1999. *Razones prácticas sobre la teoría de la acción*, Barcelona, Anagrama, 1997. *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*, México, Laica, 1995. *Lenguaje and Symbolic Power*, Cambridge, Polity Press, 1992. *Crítica social del gusto*, Madrid, Taurus, 1991.

<sup>19</sup> RESTREPO, Javier Darío. *El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio ético periodístico*, México, Colección Nuevo Periodismo, 2004. El texto desarrolla una visión de los problemas que se enfrentan en la profesión periodística.

de alimentar con temas nuestra agenda. Somos los primeros en estar pendientes de la información de otros medios escritos, radiales, televisivos. También observamos sus inconsistencias y las consecuencias que ellas producen, cuando informan con poco entendimiento del mundo plural que nos puebla.

Esta mirada circular permite evaluar la información desechada en la revista e, incluso, verla convertida en escándalo.

La trivialización, la homogenización, la inmediatez construyen el perfil del periodista pasivo. Bajo el imperativo de alcanzar la primicia, se deja arrastrar por la noticia emitida de fuentes interesadas. El periodista pasivo sigue el dedo que señala la información, carente de instrumentos para tomar distancia y mirar con mayor profundidad sus consecuencias.

La encuesta sobre la simetría informativa en las elecciones del 2006, que Calandria y la Veeduría Ciudadana<sup>20</sup> realizaron, da como resultado que los periodistas:

- No se portaron bien, 79%
- Sí se portaron bien, 13%

Las quejas sobre una información manipulada abundaban. Se habían perdido los referentes periodísticos y hasta el Colegio de Periodistas fue acusado de promover empresas que pagaban por ello<sup>21</sup>.

La situación de desprestigio que agobiaba a los periodistas no encontraba un camino para superarse. Las críticas eran frecuentes. Las siguientes siguen siendo las faltas más frecuentes en los medios:

- Omitir información

---

<sup>20</sup> CALANDRÍA, Monitoreo y sondeos, julio 2006, 10:00 h, <[www.calandria.org.pe/veeduria/index.html](http://www.calandria.org.pe/veeduria/index.html)>.

<sup>21</sup> En el 2005, cuando ejercía como Gerente Académica en Orval recibí una carta en el que el Colegio de Periodistas invitaba a esta institución a participar de la nominación a la mejor del año, por 400 soles se les otorgaba el crédito de la mejor institución en su ramo.

- Presentar información tendenciosa
- Hacer énfasis en determinado aspecto de la información
- Hacer diferencia en los espacios asignados a los sujetos
- Usar planos para ensalsar o desacreditar
- Presentar las noticias fuera de contexto
- Inducir en las preguntas.

No se puede construir una propuesta periodística sin tomar en cuenta las condiciones del contexto. El objetivo planteado responde a una audiencia con una fuerte carga de escepticismo. El enfoque a la audiencia debía mantener un marco de referencia constante. El tratamiento a la información estaba organizado para cumplir con ella, construyendo un camino de credibilidad y de independencia, desgastado en el medio.

El editor tiene la obligación de estar informado de lo que se mueve en el ámbito periodístico. Es parte de la profesión manejar la información de los medios sobre el mismo tema. Pero cada uno trabaja su material con sus propias herramientas. Con los paradigmas y valores de la profesión observamos el entorno para medir, evaluar y transparentar las informaciones. Este es un pacto que se establece con nuestra lectoría.

De esta mirada circular surgieron propuestas como la sección Defensa del Lector, con análisis de la noticia tendenciosa y de la trivialidad en los enfoques.

### ***7.1.3 Pugna de mentalidades***

Se construye un imaginario movido por los medios. Es difícil para un periodista ubicar en todo su contexto la multinacionalidad existente en nuestro país y, desde su propio discernimiento, llevar el entender a este público diversas nociones contenidas en la noticia.

Esta convivencia conflictiva ha dado lugar a temas de discriminación,

invisibilidad, subalternidad que han provocado respuestas agresivas en ascenso en las poblaciones contra los medios. Lo que también ha provocado que cada sector social busque o funde medios para expresarse.

Así, tenemos un panorama de medios: unos con visiones hegemónicas y los otros considerados de resistencia por su carácter contestatario, contienen la capacidad de generar catarsis en los sectores invisibilizados.

Los medios hegemónicos y los de resistencia estructuran un escenario de negociación por la representatividad en la esfera simbólica en un tenso diálogo hacia el reconocimiento y aceptación de la diversidad. Los medios se han convertido en el espacio en donde se libran las batallas por la existencia social, espejo de las identidades en búsqueda de equidad; se vuelven espacio de discusión de los conflictos. El escenario donde se plasman las mentalidades. Lo visible o no visible lo marcan las concepciones asentadas en los medios de alcance nacional.

Es importante establecer este marco para observar el surgimiento de proyectos de comunicación, que condicionan el objeto de esta sistematización, y entender su carácter de resistencia en un contexto en el que los medios de alto tiraje en el Perú funcionan como reproductores de una ideología hegemónica,<sup>22</sup> profundamente imbricados con el poder económico; por lo tanto, pertenecen a una elite que expresa su posición con todo su poder y vuelve invisibles a los sectores subalternos, dominados, a quienes busca cooptarlos.<sup>23</sup>

Los conceptos vertidos enmarcan el escenario sobre los medios en el Perú que mueven el pensamiento y la sensibilidad de la población. García Canclini afirma que “la

---

<sup>22</sup> GRAMSCI, Antonio. *La formación de los intelectuales*, México, Grijalbo, 1967. El autor utilizó esta categoría para explicar el poder intelectual de los sectores dominantes y su control sobre las masas.

<sup>23</sup> BOURDIEU, Pierre. *Sobre la televisión*, Barcelona, Editorial Anagrama, 1997, p. 22. El autor habla de violencia simbólica como el efecto por el cual el subordinado lo acepta voluntariamente.

ciudadanía ya no se constituye solo en relación con movimientos sociales locales, sino también en procesos comunicacionales masivos”.<sup>24</sup> He ahí la importancia de los medios de alcance nacional. Con un poder hegemónico<sup>25</sup> indiscutible, dado su elevado tiraje y un ámbito espacial amplio. Por oposición, los de menor tiraje se constituyen en proyectos de resistencia. Son los medios regionales, distritales, comunitarios o alternativos, de género, especializados, los cuales surgen, en primer lugar, impulsados por la búsqueda de cobertura a sus temas. Visibilizan de este modo nuevos sectores.

Como transmisores de conocimientos, los medios hegemónicos y de resistencia componen sus contenidos con diferencias, producto de sus ubicaciones, visiones y objetivos. El espacio público retrata las mentalidades en pugna, en conflicto.

Con la observación de las características que los constituyen, sus funciones, las relaciones que establecen y cómo afectan y son afectados por el contexto,<sup>26</sup> podemos comprender el rol que cumplen los medios peruanos y, especialmente, la revista, desde su producción especializada.

El ámbito mediático hegemónico<sup>27</sup> tiene a su vez diferencias. En términos generales, está conformado por medios para diversos sectores: unos más serios, ejercen la rigurosidad como herramienta básica de su credibilidad, y los sensacionalistas, que al amparo de la libertad de expresión quiebran la convención según la cual el periodismo no debe mentir. En esta evaluación no incluimos aquellos partidarios o con marcado tinte comercial (vendidos).

---

<sup>24</sup> GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, 1995, p. 90.

<sup>25</sup> GRAMSCI, Antonio. Óp. cit. El autor conceptualiza el término hegemonía como la forma en que los grupos sociales dominantes afirman su liderazgo intelectual y el control de las masas.

<sup>26</sup> IGARTUA y HUMANES. Óp. cit., p. 109.

<sup>27</sup> El término ‘medios hegemónicos’ engloba a los medios de alto tiraje y el de ‘medios de resistencia’ a los de menor tiraje; el ámbito mediático está compuesto por ambos.

Sus efectos en bloque desaparecen la diferenciación de cada uno de ellos. Lo considero bloque por la construcción de consensos al ingresar a un mismo ritmo con las mismas noticias. Bourdieu<sup>28</sup> explica cómo se generan las diferencias en el tratamiento de la noticia en los medios hegemónicos y cómo éstas son muy pequeñas. No son percibidas por el público, tienen un mismo fondo definido al asumir la representación de la clase dominante, plasmada en el enfoque, selección y ordenamiento que se hace a las informaciones.

La misma segmentación de público objetivo encierra una dimensión ideológica con la cual se prepara un producto de venta. Según cómo son observados los sectores sociales se hacen los contenidos. Con ella se delimita el material informativo.

#### ***7.1.4 Libertad de expresión o libertad de exclusión***

La esfera pública en la que se mueve nuestro producto nos ofrece pruebas contundentes de las nociones de pertenencia que se emiten en los medios masivos.<sup>29</sup> En medio de la producción informativa, emerge con naturalidad el manejo instrumental del verbo en condicional; su utilización, la asignación de roles y los estereotipos a los que alude reflejan los niveles de libertad en el ejercicio periodístico y las políticas informativas tanto explícitas como implícitas.

La información trabajada por la revista sobre el tema de Yanacocha colocó el problema de los campesinos como la reafirmación de ciudadanía por el respeto a sus derechos. Nuestra información engloba al conjunto de actores involucrados en el tema: empresa minera, empresarios, funcionarios, trabajadores, autoridades, pobladores. Sin

---

<sup>28</sup> BOURDIEU, Pierre. *Sobre la televisión*, Barcelona, Editorial Anagrama, 1997, pp. 24-29.

<sup>29</sup> Las investigaciones en Comunicación están desarrollando el enfoque a largo plazo por los efectos que provoca en la audiencia. ALFARO, Rosa María, “Una relación perversa entre medios y poder político”, en *Cuestión de estado*, N° 30, pp. 78-81. ASA, Bregg, *Una historia social de los medios*, Madrid, Taurus, 2002. MAQUAIL, Dennis, *Introducción a la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 2002.

embargo, la misma información trabajada en los medios masivos fue avasallante para los pobladores.

Se muestra el carácter dominante de los medios de alcance nacional y su relación con el poder económico y político. Un ejemplo es el tratamiento de la información sobre el conflicto de las empresas mineras con las comunidades. La técnica informativa reiterativa en diversos temas, que dificultan el entendimiento sobre el problema poblacional y su derecho al territorio.

La empresa minera Yanacocha, controlada por la estadounidense Newmont Mining Corporation y Buenaventura, movilizó al poder político y mediático al declarar, en la tercera semana de agosto de 2006, que paralizaría sus labores. El eco obtenido en los medios fue contundente. El 99% de los de alcance nacional difundieron las informaciones entrevistando al director gerente Carlos Santa Cruz, y el 1% (diario La República) recogió ambas versiones. Las comunidades no obtienen una cobertura simétrica ni cuando tienen muertos. El 29 de agosto del 2006, todos los medios difundieron en primera plana: “Yanacocha cierra”. Absorbida en su tendencia ideologizada, La Razón sacó en su portada “Humalistas agitan las minas: Prenden la mecha”. En página interior expone las declaraciones de la congresista Nancy Obregón y afirma que apoyará a los pobladores. Es el sustento de la primera plana. Pero éstas son pequeñas diferencias que no cambian la función de operadores de consenso que tienen los medios. Ni el pluralismo de La República ni la seriedad de El Comercio rompen el lenguaje de consenso construido con los titulares de primera plana.

Esta noticia salta a los medios poco después de que el gobierno anunciara que las mineras aportarían voluntariamente el 3.7% de sus ganancias. Las pérdidas económicas de la mina se volvieron en pérdidas del país.

En cambio, el problema del agua planteado por los comuneros fue tocado muy

tangencialmente por un 40% de los medios como un tema resuelto. Mientras, comunidades aledañas a la mina viven su escasez y contaminación. La explotación de la minera en la cabecera de la cuenca hídrica de la zona ha provocado el problema con los pobladores de Acomayo (Cajamarca), que se agudiza al ampliar sus instalaciones la minera Yanacocha. En las informaciones, tampoco se toma en cuenta el carácter conservador de los campesinos, que sienten amenazado su hábitat al ver cambios en su geografía.

Los recursos naturales son constantemente usufructuados sin ninguna responsabilidad social y en perjuicio de las poblaciones originarias desde 1532<sup>30</sup>. Las informaciones sobre ello no producen impacto, quedan silenciadas como notas esporádicas. Esta experiencia de vida de las poblaciones ha generado desconfianza frente a las mineras.

Las primeras planas, la jerarquía de la información, la dimensión espacial de la noticia hablan de la importancia del tema. La puesta en escena en grandes espacios de las declaraciones de funcionarios de Yanacocha es un indicador que define el interés de los medios, explicitado por editoriales y por una amplia difusión de las declaraciones de representantes del poder político. Así, Carlos Bruce, congresista de Perú Posible, pedía sanción para los pobladores de Acomayo por el bloqueo de la carretera de Bambamarca en Cajamarca que entorpecía el paso de los transportes de la mina. Carlos Torres Caro, congresista ex humalista, declaró en la misma línea. El poder económico y el poder político conjugan en los medios una organizada puesta en escena para la defensa de intereses de la elite dominante. Se trata de un entramado de relaciones en la sociedad que da como resultado una sola visión de los hechos. Es lo que Berger y Luckmann

---

<sup>30</sup> Rodrigo Montoya, Énfasis N° 1, 2003



llaman la construcción social de la realidad,<sup>31</sup> que soslaya la existencia de otras visiones.

Observemos en detalle: La Primera (diario, según sus propios voceros, de oposición y plural) del miércoles 30 de agosto del 2006<sup>32</sup>.

En su primera plana retrata la negociación entre las partes en conflicto y titula: Tregua. Un antetítulo: Hildebrandt escribe sobre Yanacocha.

El editorial explicita en su tercer párrafo: “bloquear una carretera es un delito penado por la ley. No hay ni puede haber discusión al respecto. Equivale a tomar por la fuerza una propiedad privada. Más grave aún si se trata de una propiedad del Estado, es decir de todos. No se atenta solo contra Yanacocha en el caso de marras. Se golpea al Estado de Derecho y al orden público en su acepción más básica”.

Su página tres está dedicada al tema, es la información que corresponde a la primera plana. En dos centímetros de espacio de la parte inferior hablan sobre la gestión del padre Marco Arana y la consideran como fundamental para llegar a un arreglo con los pobladores de Acomayo. Marco Arana es el representante de las comunidades. La página cuatro también está dedicada al tema en conflicto. El título central dice: Móvil político en las protestas de Yanacocha. Subtítulo: Ex ministro Rospigliosi advierte que Patria Roja o humalistas **estarían**<sup>33</sup> tras cierre de minera.

Tanto el jefe de la dirección de Inteligencia DINI, coronel Héctor Bertrán Lora como Fernando Rospigliosi exponen apreciaciones en esta nota sin pruebas. Bertrán

---

<sup>31</sup>LUCKMANN, Thomás [y] Peter, BERGER. *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amarrortu, 1979. En este texto los autores desarrollan el concepto de que toda realidad es una construcción.

<sup>32</sup> Estaba como Director Juan Carlos Tafur.

<sup>33</sup> Un estilo para invalidar las demandas. Es un ejemplo de cómo se instrumentaliza el verbo en condicional. Quizás haya entre los comuneros algún miembro de Patria Roja, pero su presencia no le quita valor a la protesta, sin embargo es una figura utilizada para restar valor al reclamo.

Lora dice que intereses políticos de la oposición y de ONGs ambientalistas “**estarían**”<sup>34</sup> involucradas en el bloqueo de carretera Cajamarca Bambamarca que da acceso a la compañía minera.

Rospigliosi: “no hay solo uno o dos actores, hay grupos radicales, políticos extremos, sacerdotes católicos, pobladores descontentos, gente engañada a la que dicen que la minera contamina el agua y comunidades que buscan beneficiarse con las contrataciones de la empresa y como no lo logran protestan”.

Al costado derecho, en una de cinco columnas, titulan:

Padre Arana denuncia amenazas de muerte.

En la página 9, a tres columnas de nuevo, el tema minero:

Congreso debatirá nuevo impuesto a la minería.

Y en la 8, a toda página, la columna Matices, de César Hildebrandt, titula:

Forza Yanacocha.

Forza es el nombre de la empresa de vigilantes que presta servicio a Yanacocha.

Uno de los vigilantes hirió de muerte a un comunero.

El periodista se coloca en defensa de los recursos naturales y de los pobladores.

Escribe: “Pocas veces la prensa de masas ha sido tan unánime como en estos días de maniqueísmo.

Para ella, los pobladores de Combayo pertenecen al eje del mal y Yanacocha es chola y es sagrada, siendo que es más estadounidense que Columbine.”

Y continúa haciendo un recuento del conflicto con sus consecuencias, como la

---

<sup>34</sup> Es interesante observar las representaciones que amparan el uso del condicional, y cómo se apela a través de él a un conjunto de prejuicios y estereotipos que dan como conclusión una sentido de verdad a la noticia.

muerte del campesino Isidro Llanos Chevarría, abaleado por la policía privada de Yanacocha, silenciada por los medios.

Esta nota discordante en la información de La Primera podría servir para calificar de pluralista al medio si no fuera por el prestigio que concentra en sí mismo el periodista. A éste, su capital simbólico le permite escribir sobre lo que desee con libertad<sup>35</sup> y para el medio significa la captación de mayor público. Esta lógica mercantil resta valor a la virtud de pluralidad que intentaría ganar el medio. Además, se observa con claridad el propósito de sumergirla con la cantidad de información a favor de la minera.

Así mismo, el pluralismo de La República es diluido por la profusión informativa. Su primera plana coincide con otros medios tabloide.

Tan clara es la defensa de intereses en los medios que los pobladores de Acomayo no levantaron la medida después de anunciarse la tregua, sino hasta que sus dirigentes llegaron a la zona.

En armonía con la visión dominante, los medios trabajaron contenidos y formas. La versión de los pobladores se exponía, atravesada por interpretaciones del medio y de sus entrevistadores, en espacios reducidos.

En estas condiciones, ¿qué relación establecen los medios con estos pobladores? América TV protestó ante el maltrato sufrido por su reportero en Acomayo. Un informe emitido en Cuarto Poder, programa dominical, calificaba de ignorantes y manipulables a los pobladores, y daba cuenta de los hechos con un sesgo a favor de la minera. Las versiones se han repetido en esta misma tónica, lo que ha enfurecido a los comuneros.

---

<sup>35</sup> BOURDIEU, Pierre. *El sentido práctico*, Madrid, Taurus, 1980, pp. 189-204. En esta obra el autor habla del capital simbólico: la capacidad de contar con él le permite al periodista negociar su posición sin censura de editores o dueños. También hace referencia sobre el capital simbólico en su texto *Capital Cultural, la escuela y espacio social*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2003.

Los pobladores se han sentido vejados y han respondido con piedras en contra de los reporteros.

Las protestas del público por falta de equidad en las informaciones son constantes. Las técnicas informativas<sup>36</sup> protegen la labor periodística. Sin embargo, un imaginario adocenado en una posición es incapaz de tomar distancia frente al tema, incumple con el papel de servicio público del ejercicio. El periodista convierte de este modo la libertad de expresión en libertad de empresa y, peor aun, en libertad de exclusión.

La cultura se produce, distribuye y consume a través de los medios, dice Douglas Kellner.<sup>37</sup> En esta pugna por espacios se identifica claramente el poder que ejercen sobre los medios los sectores económicos más importantes del país.

### ***7.1.5 Identidades en el espejo social***

La mayoría de espacios mediáticos nacionales son adversos a las comunidades. Es un problema de representatividad más que de credibilidad, y esto se observa en la negativa de los pobladores a deponer su medida pese a la intensa información sobre acuerdos entre ambas partes.

Los medios de alcance nacional pertenecen a una elite hegemónica, son usados como instrumentos por el poder económico y político, desde donde se vierten sentidos para reforzar un sistema de control social. Sus espacios están negados para los pueblos originarios, existen en pequeña proporción. O cuando aparecen, son figuras simbólicas de conflicto, atraso o confrontación.

---

<sup>36</sup> Las técnicas periodísticas obligan al redactor a exponer ambas fuentes en conflicto en una simetría informativa.

<sup>37</sup> IGARTÚA y HUMANES. Óp cit., p. 35. Los autores citan lo dicho por Douglas Kellner.

Su función de articuladores de una nación diversa, multicultural, desde donde se construyen las nociones de ciudadanía, pertenencia, legitimación institucional, está muy lejos de la realidad.

Se abre un espacio de necesidad de representación mediática que es cubierto por medios locales, regionales, comunitarios, cuyo ámbito de influencia se circunscribe a su entorno inmediato. Éstos no funcionan como articuladores de la gran nación, reflejan esa fragmentación social. Sin embargo, se mueven en la esfera simbólica como productores de sentido propiciando el debate. Tienen la capacidad de intervenir como catalizadores de conflicto. Darle voz a los sectores en pugna desactiva en gran medida los niveles de violencia.

En nuestra sociedad, los medios que mueven el pensamiento se estructuran en un escenario de negociación por representatividad, reconocimiento a la identidad, aceptación a la diversidad que nos puebla. En ella participa activamente la revista *Énfasis*.

En este escenario, los conceptos de la teoría de interacción simbólica nos abren a un campo de observación de las negociaciones que se producen entre medios de resistencia y medios hegemónicos, cumpliéndose canónicamente el principio de “interacción social a través de mensajes”.<sup>38</sup> Juan José Igartúa y María Luisa Humanes explican:

Para Weber, la acción social es un comportamiento reflexivo, es decir, el individuo que actúa socialmente atribuye un significado subjetivo a su conducta y, además, toma en cuenta la conducta de otros sujetos. La comunicación es una acción social en cuanto requiere la codificación de los mensajes con un mínimo nivel de conciencia e intencionalidad y porque presupone la existencia de al menos dos actores que comparten códigos. Es

---

<sup>38</sup> IGARTUA y HUMANES. Óp.cit., p. 46.

una acción orientada a otros. En Simmel esta acción orientada a otros deriva en interacción.<sup>39</sup>

Las producciones de cada bloque instituyen representatividad desde posturas ideológicas en el manejo de sus informaciones. Igartúa y Humanes manifiestan: “Las noticias no son un producto neutral. Las noticias de TV son un artificio cultural, son una secuencia de mensajes manufacturados socialmente, que contienen muchas de las actitudes culturalmente dominantes en nuestra sociedad”.<sup>40</sup>

Hemos identificado cómo se organizan las noticias en los medios masivos y cómo son diluidas las versiones opuestas ante la profusión dominante que impera en los medios de alcance nacional.

El público multinacional busca canales de expresión. Las emisoras se han convertido en los medios más accesibles a la población. Las opiniones se vierten con libertad; de allí, su mayor nivel de credibilidad. Mientras la TV se circunscribe a un entorno cerrado de poder, aunque su influencia es superior por su elevada audiencia, los medios escritos están constreñidos a un campo de influencia que abarca solo a los alfabetizados, a las zonas urbanas; quedan fuera las comunidades campesinas y amazónicas más distantes, así como las ciudades de frontera. A ellas llegan la radio y la TV cuando tienen los servicios de energía eléctrica instalados.

Aun con estas limitaciones, los medios de comunicación tienen la propiedad de ser articuladores por su capacidad de llegar a los espacios geográficos más alejados.

La comunicación mediática se produce cuando los medios de comunicación como instituciones sociales asumen la tarea de producir y transmitir contenidos simbólicos a unos grupos de receptores alejados espacial y temporalmente de los ámbitos de elaboración de dichos contenidos.<sup>41</sup>

Los receptores, la opinión pública o la audiencia no se limitan a una actitud

---

<sup>39</sup> Ídem.

<sup>40</sup> IGARTUA y HUMANES. Óp. cit., p. 24.

<sup>41</sup> IGARTUA y HUMANES. Óp. cit., p. 50.

pasiva. La noción de pertenencia a una sociedad moderna los impulsa a constituir mecanismos de respuesta a esta visión hegemónica, y uno de ellos es la búsqueda de acceso a los medios fundando o participando como fuentes en los espacios que estén a su alcance. En esta interacción, los medios hegemónicos y de resistencia operan en la sociedad como foros de discusión desde donde se emiten imágenes de nuestra realidad.<sup>42</sup> En este panorama, la audiencia genera recursos de expresión a través de los medios de resistencia.

#### ***7.1.6 Perfil de resistencia***

Con una propuesta de debate, de inclusión de la diversidad social que nos constituye, nace la revista *Énfasis*. Surge con una visión articuladora. Su funcionamiento como medio de resistencia, definido por las líneas informativas, identifica procesos con plena conciencia de la división social existente. El dar voz a la población en función de sus intereses permite una cobertura desde espacios antagónicos con el objetivo de brindar una información integradora. Abre el debate de los sectores sin palabra.

Partimos del contexto mediático para identificar los mecanismos de producción de la información. Esto nos permite ubicar los problemas a los que nos enfrentamos y el papel que buscamos cumplir.

El discurso en medios hegemónicos, estructura y elaboración, abren pautas de diferenciación con la propuesta de la revista. En la construcción del discurso propio, con distancia de las fuentes, aplicando correctamente los principios de elaboración de la noticia, en una actitud alerta, asumimos la información. La banalización de temas importantes ha saturado a la audiencia, que debe ser recuperada con nuevas fórmulas.

---

<sup>42</sup> IGARTUA y HUMANES. Óp. cit., p. 52.

Un instrumento indispensable en la diferenciación entre medios hegemónicos y medios de resistencia es la inclusión y la aceptación de una diversidad cultural que se expresa en la producción de los discursos, con su profunda carga simbólica, ubicar las fuentes desde sus diferencias define su perfil de resistencia con su profundo contenido sobre las visiones culturales.

El rol de resistencia recae en la revista y en la intensa producción informativa de menor tiraje por su consecuente, constante y persistente fluir, generando respuestas a una cultura hegemónica. Son visiones antagónicas que coexisten simultáneamente.

Estas visiones determinan las producciones culturales. Por ello, en el espacio mediático podemos observar el predominio de la cultura occidental. Nos dice el profesor Gerardo Ramos:

Las culturas de filiación indígena están hasta hoy vigentes en los muchos ghettos indígenas del Perú, clandestinizadas fuera de esos reductos por la política diaria de los criollos, aparentemente democrática pero en realidad con fuertes rasgos discriminatorios como la ironía y el desprecio con que son tratados los caracteres morfológicos, las lenguas y los rasgos étnicos indígenas.<sup>43</sup>

Las consecuencias de estas visiones generaron prácticas que impidieron reconocer el genocidio perpetrado en las poblaciones andinas y amazónicas. Lo que la CVR (Comisión de la Verdad y Reconciliación) puso en evidencia cuando señaló responsabilidades que provocaron respuestas descalificadoras a su labor. En esta disputa por la memoria, el poder se apropia de la cultura, vuelve invisibles a los pueblos andinos y amazónicos. Una realidad que debe ser reflexionada para entenderla, éste es el análisis que hace Rodrigo Montoya:

Desde 1532, se repite el proceso de despojo, expropiación y proteccionismo. Coloca a los herederos del incario como al salvaje que hay que civilizar para

---

<sup>43</sup> RAMOS, Gerardo. “La muerte de las culturas autóctonas”, en *Énfasis*, N° 1, 2003, p. 4.



quienes se formalizan medidas de asimilación subordinada. Se instituye el principio de exclusión del Estado frente a los pueblos originarios.

Los españoles se apropiaron de todo lo visible. Bajo el gobierno del virrey Toledo, en 1569, aparecen las reducciones con el concepto clave de tierras del común, hoy comunidades campesinas reconocidas en 1920 como tierras para los indios. En esa tarea del despojo, las reducciones resultan organizaciones para exigir tributos, evangelizar, manejar. O sea romper la unidad interna, concentrarlos y controlar mejor a los nativos. Es el sometimiento de los vencidos.

De 1824 a 1920, se produce la construcción del Estado nación sin indios. Es un proceso de libertad y despojo, cinco mil comunidades reconocidas por el Estado entran en disputa; la emancipación libera las tierras en 1821. Las haciendas crecen. En 1920, la delimitación de los linderos que hace A. B. Leguía atenúa el despojo.

De 1920 a 1990, se mantiene esta visión, no existe la Amazonía. En 1969 la Ley de Comunidades Nativas reconoce las propiedad de los campesinos. Esta ley contiene la defensa de la propiedad de la tierra por el Estado. En 1974, los pueblos amazónicos son reconocidos. Los pueblos indígenas en proceso de disolución no tenían organización ni instancia colectiva de defensa.

En 1990, el régimen de Fujimori plantea la privatización de las tierras. Se vuelven a dar dispositivos, el Estado asume la propiedad de las tierras no cultivadas... A este espacio de despojo, expropiación y apropiación ingresan conquistadores, encomenderos, hacendados, comerciantes, caucheros, madereros, empresas mineras, petroleras, laboratorios médicos, evangelizadores, marxistas.<sup>44</sup>

Las visiones y el desconocimiento sobre estas realidades impiden políticas culturales desde el poder que incluyan nuestra diversidad en armonía con los derechos que corresponde, situación reflejada en las páginas de los medios.

Las visiones hegemónicas subordinan a los originarios colocándolos en un plano de menores de edad, a quienes hay que proteger de su propia ignorancia. Esta visión se traslada a los medios, desapareciendo a aquéllos como naciones, como culturas; existen como parte del folclor nacional, pero no como cultura, lo que hace ilegible el país para los periodistas que no pueden comprender sus prácticas, especialmente en las elecciones, cuando se pronuncian por opciones contrarias, llamadas antisistema.

La conciencia de que el país no es de derecha cierra toda reflexión en ese magma

---

<sup>44</sup> MONTTOYA, Rodrigo. "La tragedia del Perú", en *Énfasis*, N° 1, 2003, p. 6. El autor hace un análisis de las consecuencias de la histórica postergación de las naciones andinas y amazónicas.

de diversidad que no encuentra su propia representación y se los engloba como los 13 millones de pobres entre los más pobres.

Sin embargo, el sistema democrático existente los somete a carencias educativas, de salud, de viviendas, de justicia. Se les impide el acceso a los medios educativos con reglas burocráticas que se convierten en paredes difíciles de saltar. En los gobiernos democráticos bajaron los cupos de ingreso a las universidades para hijos de indígenas (gobierno de Toledo). Contradictorio, pero la lógica occidental no los ve. Esta valla retarda las posibilidades que de ellos mismos generen sus representantes, hagan valer sus derechos y proyecten su cultura sin necesidad de intérpretes. ¿Cómo escribiría sobre la Amazonía un achuar, un shipibo de Ucayali o un asháninka de la selva central? ¿Cómo escribiría sobre el Lago Titicaca un aymara; o, sobre la historia, un quechua?

Un aguaruna, acostumbrado históricamente a los cambios de curso de los ríos amazónicos, seguramente no pondría énfasis en su desborde, como ocurre desde Lima, donde la dan como noticia de primera plana, porque es el comportamiento natural de los ríos: cambian de curso constantemente. En ello se fundamenta su costumbre nómada. La inundación renueva las tierras preparándolas para una próxima etapa de siembra. Ellos saben que deben moverse.

Sobre estas visiones se inserta la estructura mediática reproduciéndolas y creando nuevas. La invisibilidad de la Amazonía es más profunda por la dificultad geográfica y la incomprensión de sus culturas. Muy contadas veces hacen noticia. La “Chola Jacinta” representa para el mundo criollo la imagen andina con toda su carga ideológica. No extraña que, siendo inconsciente esta creación, el mismo autor del personaje no entienda en dónde radica la ofensa. Los medios alimentan un imaginario discriminador que se traduce en prácticas, representaciones y discursos de menosprecio. Su modo simbólico de representarse es la negación de su existencia. No fue noticia la masacre de 75 mil

peruanos andinos y amazónicos. No se da crédito a tal cifra aunque los testimonios y las pruebas abundan. Según el psicoanalista Jorge Bruce,<sup>45</sup> debajo de esta negación subyace el deseo de exterminio. Con la visión homogenizadora del progreso, se los engloba entre los más pobres del Perú. Así desaparecen las diferencias y el reclamo de país multicultural solo es una frase más.

En esta pugna por la memoria, los medios con sus mecanismos propios, se convierten en un recurso del sistema controlado por la visión hegemónica en el poder, quienes, involucrados también en las masacres, están interesados en acallarlas (Partido Aprista).

Nunca como en el gobierno de Fujimori<sup>46</sup> se puso en evidencia la utilización de los medios para **ocultar mostrando**<sup>47</sup> con las famosas cortinas de humo o los psicosociales muy propicios en su función de entretener a la audiencia. El circo se había trasladado a los medios. Los dimes y diretes se pusieron de moda. Los temas de fondo (muerte de campesinos, matanza de Barrios Altos, leyes, programas, planteamientos, venta de bienes estatales subvaluados) quedaban fuera de escena. En este gobierno se observó la más organizada fabricación de informaciones.

La caída de Fujimori no significó la instauración de un nuevo sistema con la elección de un régimen transparente. Sobre los golpes mediáticos a Toledo, “un presidente biológicamente andino y con cerebro gringo de Stanford”,<sup>48</sup> se conjugaban intereses de la red de corrupción por controlarlo, además de una visión discriminadora a su origen y quizás una reflexión tardía de esa anuencia mantenida con Fujimori.

Así, como el bombardeo informativo levantó la imagen de Fujimori, los amplios

---

<sup>45</sup> Conferencia sobre el racismo en el Perú desarrollado en el auditorio de la Casa Hispana. Julio, 2006

<sup>46</sup> ALFARO, Rosa María. “Una relación perversa entre medios y poder político”, en *Cuestión de estado*, N° 30, 2002, pp. 78-81.

<sup>47</sup> BOURDIEU, Pierre. *Sobre la televisión*, Barcelona, Editorial Anagrama, 1997, p. 24.

<sup>48</sup> MONTOYA, Rodrigo. “Cultura y poder”, *Ciberayllu*, julio 2006, <[www.andes.missouri.edu/andes/Comentario/RMR\\_CulturaYPoder.htm](http://www.andes.missouri.edu/andes/Comentario/RMR_CulturaYPoder.htm)>.

espacios otorgados a los errores de Toledo construyeron un sentido común adverso que se instalaba en el imaginario social. La producción del discurso mediático se centraba en sus errores, en detalles de su vida privada. Se tornaron cotidianos los informes sobre expresiones o comentarios de la primera dama y del entonces presidente, dándoles un despliegue inusitado. Fernández Pedemonte lo propone de este modo:

Los medios crean prejuicios por acción comunicativa cuando sedimentan en el sentido común modelos discriminatorios contra los pobres, los inmigrantes, protagonistas mayoritarios de los casos policiales, sino también por omisión, cuando por la vía de la espectacularización atematan u obturan la reflexión sobre cuestiones transcendentales como el dolor, la muerte, la otredad o sobre problemas políticos estructurales como el sistema carcelario, el modelo económico o los valores dominantes”<sup>49</sup>

La intencionalidad por devastar la figura de Toledo no pasa desapercibida para la gente, lo expresaba su desdén por las noticias. Las ausencias en el contexto mediático nos señaló el material y su tratamiento en la revista.

La revista abre sus páginas al debate buscando que escriban, sobre todo, investigadores, originarios de la selva, de la sierra y de cada espacio en donde se realice una reflexión profunda de los problemas del país. Su contenido busca recalcar en temas de fondo, en necesidad de información para las regiones.

---

<sup>49</sup> FERNÁNDEZ PEDEMONTE, , Damián. *La violencia del relato. Discurso periodístico y casos policiales*, Argentina, La Crujía Ediciones, 2001, p. 129.

## 7.2 El proceso editorial: la visión empresarial

### 7.2.1 *El proyecto*

La empresa Editorial Línea Andina recibió el pedido del Grupo Redes (Reflexión y Debates) de lanzar conjuntamente una revista que respondiera a la necesidad de información e interpretación de los hechos en un medio oscurecido por intereses de grupos de poder. El objetivo estaba en mantener vigente recursos de interpretación sobre la realidad.<sup>50</sup>

El contenido de la revista buscaba llenar el vacío informativo existente. Un estilo en los medios, movido por hilos invisibles, provocaba suspicacia. Diversos personajes públicos, como la congresista por el APRA Mercedes Cabanillas, protestaban ante informaciones que ella consideraba difamatorias, recordando viejas técnicas "miente, miente que algo queda".<sup>51</sup>

La concepción de estos medios de calificar como un público pasivo a nuestra población, la reiteración, la repetición incesante de la misma información, nos recordó la aplicación de antiguas teorías de la comunicación que parecían superadas.<sup>52</sup> O los operadores se quedaron anclados en esas teorías o simplemente eran funcionales para

---

<sup>50</sup> Nuevos planteamientos sobre el sentido de la realidad y su representación nos abrían perspectivas de análisis, sostenidos por teóricos como Tzvetan Todorov, Habermas, Balandier, Bourdieu, Váttimo.

<sup>51</sup> Traen a la memoria el precepto nazi del alemán Joseph Goebbels. Estribillo repetitivo precisamente por grupos expertos en fabricación de noticias.

<sup>52</sup> Como el efecto de la "aguja hipodérmica" que consiste en inyectar el mismo mensaje tantas veces hasta fijarlo en la mente. BERLO, David. *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*, Buenos Aires, El Ateneo, 2004, p. 25. Aludo a esta teoría como una crítica a los criterios manejados con frecuencia en el presente. La teoría de la aguja hipodérmica ha sido totalmente superada, ésta pertenece a los inicios de la teorización conductista de los efectos y las funciones. Ha sido ampliamente superada por los estudios críticos. Los de usos y gratificaciones. Las mediaciones. Estudios culturoológicos. Los de la economía política crítica. Los estudios Culturales Ingleses (Leicester y Birmiham) así como los estudios culturales latinoamericanos.

sus fines. El tema de los efectos lo trabaja históricamente en su texto Ubaldo Cuesta.<sup>53</sup> En este devenir de concepciones, antiguos métodos son actualizados como un lenguaje efectivo de incursión en el imaginario, pruebas fehacientes de su eficacia en la mente del público.

Ubaldo Cuesta expone el desarrollo de las teorías de los efectos en comunicación. La psicología social de la comunicación muestra desarrollo en estos espacios: no solo se observa el proceso de influencia de los medios desde los emisores, sino también desde el receptor como sujeto activo, definiendo campos de investigación de este modo:

“1.- Del conocimiento a la actitud. La conexión entre el procesamiento y representación de la información y la conducta, a través de las actitudes en temas sociales, en la percepción y construcción de la realidad social.

2.- De la actitud al conocimiento. La conexión entre las actitudes básicas y los modos de procesamiento y representación de la realidad social, especialmente de los contenidos transmitidos por los medios”.<sup>54</sup>

Tanto desde el emisor como del receptor se producen tensiones por el control de los mensajes y su capacidad de construir representaciones.

En el Perú, los medios creaban un imaginario de una sociedad sumida en una anomia total. Corrupción, inseguridad ciudadana, asesinatos, suicidios llenaban los espacios mediáticos. La audiencia respondió abrumada. Nuestro reto consistía en crear un producto esperanzador, con relatos de nosotros mismos, que hablaran de sus problemas y sus alternativas, desde las distintas experiencias regionales.

En los inicios de este proyecto nos preguntábamos si era posible combinar información, con educación y entretenimiento, que a la vez se vuelva un producto

---

<sup>53</sup> CUESTA, Ubaldo. *Sicología social de la comunicación*, Madrid, Cátedra, 2000, p. 26. Hace una referencia histórica del tema.

<sup>54</sup> *Ibíd.*, p. 233.

comercial. Como dicen Asa Brigg y Peter Burke, nunca como ahora fueron tan borrosas estas líneas divisoras.<sup>55</sup> La propuesta estaba ordenada.

### ***7.2.2 El potencial humano y sus recursos***

Se formó un equipo multidisciplinario: periodistas, antropólogos, historiadores, sociólogos, de ciencia política, la mayoría con maestrías. Con este equipo y un grupo de colaboradores se lanzó la preparación del proyecto. Curtidos en el desarrollo de investigaciones, estaban dotados de herramientas para enfrentar el contexto.

El conocimiento lúcido del simbolismo y sus efectos permitía un trabajo conciente y consistente. El manejo del sistema simbólico aseguraba la producción de un material conducido al desmontaje de los psicosociales, tan abundantes y latentes.

La dirección se encargó de la producción y planificación de la revista.

La edición se responsabilizaba de seleccionar el material. Con el equipo editorial se determinaba los textos para publicar.

La coordinación se vinculaba con los colaboradores.

Distribución se hacía cargo de la colocación a nivel nacional.

### ***7.2.3 El diseño del producto***

Formamos un equipo que se ha decidido por la indagación, tenemos mucho material acumulado, y cada vez conocemos mejor el ámbito al cual queremos llegar, sin premura, ni sujetos al financiamiento. Nuestra prioridad es la aplicación multidisciplinaria de un concepto de información plural, diversa y profunda.

---

<sup>55</sup> ASA, Brigg [y] Peter, BURKE. *De Gutenberg a internet. Una historia social de los medios de comunicación*, Madrid, Santillana Ediciones, 2002, p. 350.

No hay duda que la coyuntura tiene su lugar en este proceso, pues cada vez que estamos por lanzar un nuevo número aparece una bomba que nos detiene y lo hacemos con el gusto por entender los nuevos elementos. La burbuja, el nuevo gabinete, los destapes. Y esto es una constante en el país. Insumos sobran.

Así como hay mucho material, también recibimos propuestas de financiamientos y su apuro por lanzar la revista. Sin embargo, algunas experiencias vividas nos obligan a medir los portes económicos en el tiempo: qué intereses impulsan estos ofrecimientos, si comparten con nosotros la búsqueda de un lenguaje para un público o contienen aspiraciones ideológicas, políticas, o son voceros de partidos. No nos interesa sacar un producto partidario, ni sujeto a tendencias. Mucho más que activistas somos periodistas o profesionales de la información. El tiempo es un cernidor que juega a favor nuestro.

Lo que significa mantener el equipo multidisciplinario en su dinámica lenta de producción de colección. Hemos determinado sacar 4 números por año. Cerramos un pacto con canales de distribución afines. Y nuestro objetivo es producir una revista vistosa.

Contamos con la infraestructura mínima requerida. Imprenta, insumos punta, un equipo humano interesante. Lo más costoso lo tenemos cubierto. Por ello, nos podemos dar el lujo de indagar.

En el aspecto gráfico, la era audiovisual obligaba a darle prioridad a la forma, a la presentación física. Nunca como ahora los contenidos estaban bajo el mando de lo gráfico. La búsqueda de especialistas en infografía crecía en el mercado. Peter Bonnici nos convence de la importancia de lo visual al afirmar “Cualquiera que opine que el corazón capta más información que el cerebro deberá interesarse por el lenguaje visual porque tiene el poder de abrir el corazón”. Según sus apreciaciones, el reino emocional



está ligado al significado, es más fácil llegar a través de las sensaciones. Mientras el pensamiento busca lo correcto, el sentido lo capturó al instante.<sup>56</sup>

Había de concebirse un diseño con un contenido de esperanza, que mostrara una realidad más prometedora, una propuesta con identidad, con historia. Entonces, optamos por basarnos en las culturas prehispánicas como un retorno a las raíces gráficas; buscamos marcar identidad con lo andino, además de difundir su lenguaje aún vigente a través de los tocapus. Pretendimos sacar un producto diferente y nos guiamos por las pautas del diseñador:

Para los diseñadores, el valor de la intuición, instinto y casualidad es muy importante, ya que a través de estas rutas se producen los efectos emocionales, se idean nuevas formas y se crean imágenes fuertes. Parece ser que la prioridad es captar la atención en un campo dominado por imágenes potentes.<sup>57</sup>

El concepto gráfico consistió en presentar cada artículo con páginas abridoras, compuestas por una foto grande, título y gorro, ilustradas con una cenefa construida con los símbolos de los tocapus, nombre de secciones en la parte superior y al costado inferior los folios. Se optó por la combinación de textos y gráficos espaciados, que dan sensación de limpieza, orden. El tamaño de letra, tipo, composición del texto se sumaban al conjunto pauteado. En cuanto al tamaño de los tipos (letras o fuentes), se planificó en doce puntos, pero la presión por la cantidad de material para publicar obligó a bajarlo a 10. En el tema del formato, A5, aceptamos el pedido de una revista más manejable, capaz de trasladarse con facilidad. No escuchamos las recomendaciones sobre el marco visual en la competencia.

---

<sup>56</sup> BONNICI, Peter. *Lenguaje visual: la cara oculta de la comunicación*, Barcelona, IndexBook, 2000, p. 40.

<sup>57</sup> Ibídem, p. 80.

Se resolvió una revista con estas características:

Formato A5

64 páginas

Material de carátula e interiores, couché y bond

Colores en carátula y un color en interiores

Encuadernado a dos grapas

Se definieron las áreas:

Periodística, publicidad, producción

#### *7.2.3.1 Secciones*

La pregunta “en qué país vivimos” nos generó un horizonte de trabajo, eje que diseñó los siguientes números. Así se crearon en la revista secciones como:

- Política cultural
- Mundo joven
- Descentralización (Regionalización)
- Gobiernos locales
- Política nacional
- Especial (Actualidad)
- Investigaciones
- Defensa del lector (desmontaje de las cortinas de humo, psicosociales, informaciones tendenciosas)

#### *7.2.3.2 El Brief*

La necesidad de dar a conocer la revista propicio la participación de un equipo de publicistas que desarrollo un perfil de venta de la imagen:

Cliente: Editorial Línea Andina

Proyecto: revista Énfasis

Fecha: 8 de mayo del 2003

Antecedentes

Pocas revistas con carácter de identidad

### **Objetivos de comunicación**

Periodismo de interpretación. Fácil de leer y entretenida.

### **Público objetivo**

Público especializado y público potencial (masivo)

### **Posicionamiento**

Imagen de revista crítica, irónica, confiable.

### **Product Benefit**

Contexto humano. Desarrollo humano.

### **Consumer Benefit**

Información especializada con temas de investigación sobre nuestra sociedad multi, pluri, intercultural.

### **Reason Why**

Producir métodos de comunicación escrita con innovación.

### **¿Cuál es la idea central que debemos comunicar?**

Información transparente desde la perspectiva intercultural.

### **Piezas a desarrollar**

Difusión del sistema de comunicación de la revista.

#### ***7.2.4 Su distribución. Presentación. Vigencia***

Se creó la sección de distribución. Elaboró un plan de acción. Se usó los circuitos tradicionales existentes en la venta de periódicos y revistas. El tiraje planificado de cinco mil ejemplares se distribuyó en kioscos y librerías de Lima, Piura, Chiclayo, Trujillo, Chimbote y Tacna hubo pedidos de Arequipa y Cusco, pero el tiraje no alcanzó). En cada lugar se propició una presentación en los medios, que le dieron amplia acogida, sobre todo en provincias. Se difundieron afiches en todas las ciudades mencionadas.

El reto era lograr que los encargados de venderlas las vuelvan visibles frente a la competencia. Todas las revistas pugnan por espacio en los kioscos. Si no fueran exhibidas, nunca llegarían a las manos del lector. Ésta es una lucha en la que ingresa el factor económico; mientras más ganan, más las ponen en vitrina. El formato A5 resultó inconveniente para este efecto.

La presentación de la revista *Énfasis* se realizó en un evento académico denominado “Política de la Memoria”, realizado en la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en septiembre del 2003. Participan 500 personas inscritas, quienes a cambio recibieron certificación y la revista.

Estuvieron destacados ex miembros de la CVR como Rolando Ames, Carlos Tapia, y reconocidos científicos sociales: Rodrigo Montoya, Jürgen Golte, Gonzalo Portocarrero, Romeo Grompone, Juan Abugattás.

El tema central de dicha reunión fue el informe final presentado por la CVR, que también fue el tema principal en ese número de la revista. Como aspectos afines, se debatió sobre cultura y memoria, así como el aporte de las culturas andinas y amazónicas a nuestras sociedades y al país.

La reunión fue coorganizada con un grupo de estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencia Política de dicha Facultad, quienes prepararon el evento, a realizarse en dos días, con absoluta puntualidad e impecable presentación. Fue una oportunidad de venta masiva de ejemplares de Énfasis. La acogida nos entusiasmó.

El equipo de trabajo sigue funcionando para alimentar el sitio Web pero ha detenido la producción de la revista como material impreso por dificultades y responsabilidades entre los socios. Algunos integrantes del Consejo Editorial salieron al extranjero desde donde mandan sus artículos para la Web.

Las condicionantes existentes en el sistema presionan por someter los proyectos al contexto en el que se producen. Los proyectos de resistencia al sistema deben pasar procesos lentos para realizarse. De lo contrario, subordinarse significa existir con mayores facilidades, pero sometiendo sus principios a la categoría de redes funcionales y complacientes, institucionalizando al periodista instrumento.

La firma de la Declaración de principios establecida por el Grupo Redes impidió que socios interesados confundieran los términos de información con propaganda. En su primer y segundo ítems remarca su independencia política y la necesidad de una visión plural. El equipo no estaba interesado en manejar los espacios informativos como fuentes de ingreso económico. Esta disputa alejó a quienes no entendieron la revista como proyecto de comunicación. Sin el aporte del papel, la revista ingresa a la Web con fuerza.

### 7.2.5 *El campo de ejecución*

El Consejo editorial permite trabajar la información desde diversas miradas. Todos los aspectos de la macro y *microediting* son discutidos.<sup>58</sup>

El editor, el director y tres integrantes de la revista conformaban el consejo editorial, se reúnen como equipo para planificar los temas directrices y con la técnica de lluvia de ideas, se trabaja el cuadro de comisiones, se nombran las personalidades que intervendrán como colaboradores, las entrevistas y los temas centrales. Se determinan los tiempos de trabajo, dándole el margen necesario para la revisión, preproducción e impresión.

El proyecto de la revista preveía una periodicidad mensual para su salida. El mismo equipo se reunía cada semana para evaluar los artículos, las fotos y la calidad del material obtenido, el cual terminaba a cargo del editor para su selección y revisión final.

### 7.2.6 *El insumo*

La dinámica mensual de la revista enfrenta como competencia la simultaneidad de la noticia. La instantaneidad y la periodicidad fueron rápidamente desplazadas. Esta situación ha creado otra característica para informar: la movilidad. Se informa al teléfono celular, por internet, mientras el público está en movimiento, circulando. En este contexto ¿qué producto se necesitaba? El reto del equipo por lograr un producto llamativo es titánico.

El editor requiere crear nuevas formas de lenguaje periodístico. La noticia como

---

<sup>58</sup> EstevesESTEVEs, Fernando y Leandro de SAGASTIZÁBAL (comp.): *El mundo de la edición de libros. Un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector actuales y futuros y lectores en general*, Buenos Aires, Paidós, 2002.

tal ya no satisface a la gente que lee periódicos o revistas. Ni cuando son primicias que solamente ellos manejan deben descuidar la información completa en contexto, antecedentes, cruce informativo, consulta de varias fuentes para cerrar el tema. Los impresos se han convertido en medios de periodismo interpretativo.

Por lo tanto, la preparación profesional del periodista se enfoca hacia la profundización de conceptos que definan la condición humana en su capacidad de convivencia, de intervenir en los espacios públicos.<sup>59</sup> La necesidad de una constante actualización para comprender las realidades se hace indispensable.

¿Qué tipo de redactores requiere la revista? Profesionales acostumbrados a realizar investigaciones a profundidad, que le permitan hacer diagnósticos, proyectar alternativas y exponer informes sin dejar de trabajar el contexto en que se producen. Es indispensable contar con profesionales así, conscientes productores de simbología que manejen el universo mediático, la producción de discursos, la organización estructural de la información, las relaciones de poder que intervienen en los temas en un marco de ética.

Una preparación sobre la ubicación del mismo y sus contextos es una herramienta. Ser consciente de su ubicación, sus posiciones, ideologías o visiones sobre determinadas situaciones permite organizar la información con los instrumentos institucionales que la validen. Las visiones abren o cierran espacios de discusión. Son velos que muchas veces limitan el trabajo sobre las informaciones. Ser concientes de sus posturas frente al tema permite el manejo más transparente de los detalles.

Nuestro equipo tenía fortalezas en su capacidad para manejar técnicas de investigación, lo cual facilitaba el trabajo en el contenido. Se había dado prioridad a su

---

<sup>59</sup> ARENDT, Hannah. *La condición humana*, Barcelona, Seix Barral, 1974., pp. 39-108. El autor trabaja el tema de la esfera pública y la esfera privada.

formación científica para evitar se conviertan en instrumentos del poder, como simples daderos de informaciones de fuentes “oficiales” o fuentes “fidedignas”.

El trabajo del editor se facilita con un perfil de redactores que responda a estas cualidades. El equipo de redacción y el editor analizan las informaciones conjuntamente. El editor trabaja con cada redactor las correcciones a su texto; consulta los datos, las dudas y juntos aplican la limpieza del texto si es que hay que eliminar, cortar o agregar.

La densidad del trabajo, la presión informativa, la necesidad de verificar datos demandan mucha inversión de tiempo, lo que se vuelve en contra del producto. Es un problema que se debe resolver con la dinámica. Entonces se proponen criterios de trabajo para agilizar la mecánica.

Las limitaciones se van limando con el tiempo. Un problema constante es la dificultad del redactor de aceptar los recortes a su texto. Por ello, el editor trabaja con él, de modo que ambos salgan satisfechos con el trabajo final. El objetivo es devolverle valor a la palabra escrita. Mientras más calidad haya en los textos, el proyecto resultará beneficiado.



### **7.3 La edición: la visión periodística**

Ubicar el perfil del editor periodístico permite diferenciar su función con la del editor de contenidos en la Editorial. Mientras la función del editor de contenidos se fusiona con el sello editorial, el editor periodístico se distancia de ésta.

El manejo de contenidos en una revista o periódico destinado a informar involucra principios de la profesión como servicio, dirigido a un público beneficiario del insumo, lo que no desdice el principio de lealtad y transparencia que debe existir entre el editor y su empresa.

La claridad de principios permite una relación de confianza en el manejo de dilemas siempre constantes en este medio. Por ejemplo, si uno de los socios de esta empresa, está involucrado en una acción corrupta, el dilema en que entra el editor es silenciar la información o lanzarla como corresponde, resquebrajando la imagen de su empresa. ¿Su lealtad es con el público o con la empresa? ¿Sería lealtad o complicidad? Definir con lucidez las fronteras éticas en las relaciones trabajo-empresa; información-público crea el perfil profesional requerido como editor, porque de él dependen las fórmulas de acción que construyen identidad periodística. El trabajo periodístico cuenta con recursos para manejar todo tipo de desafíos, tiene un equipo editorial que evalúa la oportunidad, conveniencia, consecuencias de un tema. La responsabilidad se comparte.

En este terreno, no existe relación subalterna. Las jerarquías se dan por orden, por estructura de funcionamiento.

En las rutinas se definen las diferencias entre el editor de textos de la editorial y el editor periodístico encargado de un proyecto informativo.

### 7.3.1 *El manejo de contenidos*

El universo del editor dentro de la estructura mediática lo determina como productor simbólico. Sus visiones se plasman en un discurso compuesto de matices en el tratamiento informativo. Su trabajo en el proceso de producción de la revista es importante porque define la organización de los contenidos.

El editor deberá estar consciente de su concepción para intervenir en el manejo de las informaciones manteniendo distancia profesional. Para atenuar las cortinas ideológicas, se erigen como instrumentos los principios, las técnicas y herramientas propias de la profesión.

### 7.3.2 *El instrumento natural periodístico*

El instrumento natural del trabajo de un editor es el lenguaje. Con él construye los discursos periodísticos cargados de sentido que dan cuenta de un acontecimiento, de un hecho, de una situación. Su aplicación eficaz en un medio escrito requiere de conocimientos profundos. Luis Jaime Cisneros afirma que no se puede entender el lenguaje sin el contexto en el que se produce. En su texto *El funcionamiento del lenguaje*, explica la diferencia entre lengua escrita y lengua oral.<sup>60</sup> Se manejan convenciones sociales. Como dice Paul Ricoeur cuando habla del lenguaje: “Se constituyen en auténticas comunidades de sentido y pueden mitigar la anomia”.<sup>61</sup> Anderson afirma sobre el lenguaje en *Comunidades imaginadas*:

---

<sup>60</sup> CISNEROS, Luis Jaime. *El funcionamiento del lenguaje*, Lima, Fondo Editorial PUCP, 1995, pp. 203-215.

<sup>61</sup> RICOEUR, Paul. *Tiempo y Narración III*, México, Siglo XXI, 1996, p. 48.

“Mediante esa lengua encontrada en el regazo de la madre y abandonada solo en la tumba, los pasados se respetan, las camaraderías se imaginan y los futuros se sueñan”.<sup>62</sup>

Ingresando al tema periodístico, MacLuhan decía: “El medio es el mensaje”,<sup>63</sup> la forma es lo que comunica. Para Peter Burke es aspecto decisivo del mensaje, agrega: “La lengua escrita es otro ejemplo evidente de un registro, pues por lo general es más parecida a una traducción que a una transcripción de la lengua hablada”.<sup>64</sup> El mismo autor señala que “algunas personas parecen tener mayor control del lenguaje que otras y una mayor capacidad para controlar a los demás mediante el lenguaje”.<sup>65</sup> Se refiere a comunicadores en cuyas manos se instrumentaliza el lenguaje. El lenguaje como proceso de producción y comprensión de sentidos no carece de posición social. Los términos simbolizan la posición social, concluye. Según Bourdieu, las relaciones lingüísticas son relaciones de fuerza simbólicas, resulta imposible de interpretar si no se ubican en un contexto dentro de las tensiones presentes en el intercambio de significaciones de los mensajes.

El lenguaje es para el editor su instrumento natural y está cruzado por su filtro cultural. Lo reconoce como límites de lo objetivo, lo trabaja con parámetros en una búsqueda de equilibrio, encuadrado en su necesidad de ser más neutral, equitativo o imparcial.

Fernández Pedamonte expone en su texto el surgimiento, desarrollo y caducidad de la objetividad periodística hasta llegar a la etapa constituida por el Nuevo Periodismo, que coloca la interpretación como una herramienta de más llegada a la

---

<sup>62</sup> ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1997, p. 217.

<sup>63</sup> FERNÁNDEZ PEDEMONTE. *Op cit*, p. 30.

<sup>64</sup> BURKE, Peter. *Hablar y callar. Funciones sociales del lenguaje a través de la historia*, Barcelona, Gidesa, 1996, p. 31.

<sup>65</sup> *Ibíd*em, p. 39.

audiencia.<sup>66</sup> Es un periodismo más honesto consigo mismo, asegura. Teun A. van Dijk toma la objetividad como un conjunto de estrategias para persuadir, convencer de lo que se afirma.

En esta nueva época de la razón argumentada, la comunicación constituye el magma del mundo de la vida.<sup>67</sup> Las subjetividades, las emociones, han cobrado una nueva dimensión en los medios. El lenguaje está dirigido al corazón de una audiencia y tiene eco si el medio está revestido de los valores periodísticos.

### 7.3.3 *Las herramientas técnicas*

Los valores periodísticos se convierten en herramientas técnicas, integran la personalidad de un medio y del editor. Con aquéllos maneja la información; son sus instrumentos técnicos, pues desde su ubicación debe colocar el universo de acontecimientos que se condensan en la noticia con **simetría y equilibrio** (pilares en el periodismo interpretativo que contienen la búsqueda de objetividad, imparcialidad y neutralidad). Se forjan como herramientas de trabajo. En un contexto pluri, multi, intercultural, en el que se plantea un estilo interpretativo, se requiere de otro instrumento fundamental: el control de la intencionalidad, se erige como otra herramienta clave.

Las herramientas tienen que ver con el manejo de los mensajes en sus cualidades más importantes y el profundo conocimiento del lenguaje periodístico, que se diferencia de los demás géneros por la utilidad que encierra pues su fin es informar.<sup>68</sup> A los

---

<sup>66</sup> FERNÁNDEZ PEDEMONTE. Óp cit, p. 54.

<sup>67</sup> HABERMAS, Jürgen. *La acción comunicativa y razón sin trascendencia*, Barcelona, Paidós, 2002. *Teoría de la acción comunicativa II. Crítica de la razón funcionalista*, Buenos Aires, Taurus, 1990. *Teoría de la acción comunicativa I. Racionalidad de la acción y racionalización social*, Buenos Aires, Taurus, 1989.

<sup>68</sup> ORBEGOZO, Manuel Jesús. Óp. cit., pp. 17- 24.

atributos de simetría, equilibrio, se suman otros como incidencia, actualidad, relevancia, valor narrativo, difundidos como propuestas desde la universidad, conceptos de la academia formalmente refrendados. Las cualidades se fusionan con las técnicas en el lenguaje periodístico. En el texto, el editor exige cuatro cualidades básicas: claridad, concisión, precisión y brevedad.

El editor cumple con tareas fundamentales: Resaltar, condensar, precisar, explicar, aclarar. Con estas herramientas, el editor periodístico interviene en la producción del discurso mediático para informar; ingresa a la estructura periodística como constructor de simbolismo, reproduciendo o creando. De su visión y de su formación depende su producción.

El lenguaje en la revista pretendió ser interpretativo, enmarcado en el uso de estas herramientas.

En cuanto a las técnicas de redacción, se había previsto un tiempo de práctica en el manejo del lenguaje periodístico del equipo. Mientras más escriben, mejoran la capacidad de expresarse; sin tanto ruido ni uso de oraciones subordinadas que llevan a confusiones.

Otro elemento discutido fue la exigencia de usar términos atractivos. Un lenguaje activo, sonoro, rítmico. El género mejor utilizado es el ensayo corto. Esto permitió evaluar el argumento desde un ángulo técnico.

Fue regla tratar los temas más difíciles bajando el tono conflictivo, y se adoptaron temas aparentemente triviales para ejercer géneros o especies periodísticas como la crónica, el reportaje, o la entrevista. En casos de temas antagónicos se hizo una combinación de géneros para presentarlo en su carácter de debate.

### ***7.3.4 La función del editor periodístico***

El trabajo del editor periodístico está enfocado en resaltar el trabajo de los redactores y colaboradores. Su intención es generar un marco estético con fuerza narrativa que conecte al lector, que lo rete a continuar con la lectura, busca combinar en los textos provocación e información, y de paso hacerlo entretenido, interviene en los textos para explicar o esclarecer lo más estéticamente aspectos de la información. En suma, es un filtro importante en la calidad del producto que se traduce en una rutina indispensable en su función de: Resaltar, condensar, precisar, explicar, aclarar.

El editor tiene la responsabilidad de efectuar un control de calidad a los textos. Acompaña a los redactores y hace un seguimiento a sus labores para ganar tiempo con la elaboración del material, dándole el tratamiento debido a las informaciones; así, editor y redactor deciden la perspectiva, el género, validan fuentes.

En la etapa de planificación de comisiones, interviene en definir el tema y el enfoque que se le dará, el ángulo de la entrada, las fuentes que debe consultar. Está al tanto de lo que se le pide a los redactores.

Explora el material una vez redactado para verificar su consistencia, el blindaje de las pruebas, la confirmación de datos, la exactitud de los términos, el tamaño del texto.

Realiza ampliamente sus funciones en las etapas de la edición<sup>69</sup>:

Recopilación

Selección

Cierre

---

<sup>69</sup> Las etapas de la edición serán desarrolladas en el capítulo referido al aspecto central de la experiencia.

En su texto, Miguel Rodrigo Alsina divide la producción de noticias en cuatro etapas claves:

Planificación

Recopilación

Selección

Producción

Son etapas generales en las que todo el universo institucional interviene.<sup>70</sup>

### ***7.3.5 El proceso de edición***

El equipo editorial desarrolla un trabajo de planificación para determinar el cuadro de comisiones con el contenido del número a lanzar. Se distribuyen las comisiones, y al final se recopila el material de redactores y las colaboraciones. Se efectúa un proceso de selección de los materiales.

Concluida la etapa de selección, con el material definido para publicar se realiza una minuciosa labor de detalle.

Gran parte del trabajo se adelanta con el seguimiento que el editor hace a la labor de los redactores. El editor definirá con el redactor en qué género se redactará la información. Si tiene peso en lo novedoso, será como noticia. Si el tema lo amerita, ingresará la crónica, en la que el autor se involucra como narrador y detalla una secuencia de hechos en primera persona, como testigo del suceso.

---

<sup>70</sup> ALSINA, Miguel Rodrigo. *La construcción de la noticia*, Barcelona, Segunda Edición, Paidós Comunicación, 1996. p. 129.

El reportaje<sup>71</sup> contiene mucha información, con cruce de fuentes, por lo minucioso que es el informe y por la búsqueda de datos de apoyo. Si el personaje es atractivo, interesante o propicio para el tema, será la entrevista.

El editor escucha las sugerencias del equipo. Existe una relación horizontal. Es un trabajo en el que se conjugan varias miradas.

Con el material seleccionado en las manos, el editor procede a:

- Titular; según el género, el diseño y el espacio. Escoge los términos apropiados. Se estila en la revista titulares cortos y, de ser posible, en metáfora.
- Coloca los gorros o sumillas. Es la presentación del tema. La entrada de la información es muy importante: debe ser atractiva, interesante y mantener fuerza. De ser necesario, la rehace.
- Elige las fotos que acompañarán la información.
- Pone leyendas.
- Verifica en el texto la propiedad de las palabras, el lenguaje correcto, los datos colocados. Constata fechas, cifras.
- Precisa datos.
- Examina la utilización de comillas en citas textuales.
- Si es necesario, procede a recortar textos, a reforzar el contenido. Aspectos muy frecuentes y cotidianos. El redactor se acostumbra.

Los textos de conflictos deben estar bien contrastados, con versiones opuestas en simetría; así, busca equilibrio entre las diversas fuentes. Lo apropiado es lograr un

---

<sup>71</sup> AMADO SUÁREZ, Adriana. *Prensa y comunicación. Personas y empresas frente a los medios*, Buenos Aires, Macchi, 2003. La autora explica en este texto las diferencias entre géneros.



balance de la información que plasme opiniones contradictorias. Las informaciones tienen una dimensión gráfica que se debe mantener.

Se establece la diferencia entre los artículos de opinión (columnas), con los artículos de información. Los artículos de opinión y los temas de información tienen formatos distintos para no crear confusiones en el lector. Es el respeto a los lectores que se traduce en el cuidado de cómo se presentan los temas de opinión junto con los temas de información; mucho más si son paquetes de publireportajes, muy cotidianos en este tipo de revistas, hecho que hemos rotulado con marcado afán desde el diseño, con los recuadros y otro tipo de letra.

Es importante reconocer los juicios de valor, que van en temas de opinión, para diferenciarlos de los juicios de hecho.<sup>72</sup> Debido a que se trabaja con la interpretación del suceso, esta especial delimitación es fundamental en el desarrollo de los trabajos. Los juicios de valor que califican o construyen un nivel de opinión dentro de las informaciones se deja a la audiencia. La elección de hechos contiene juicios de valor, es cierto, pero ello está inmerso en la preocupación por lograr el entendimiento del suceso. Se trata de llegar al corazón con la palabra. Las fronteras entre juicios de hecho y de valor son difusas en un sentido. Por eso mismo se construyen medios para delimitar opinión de información. Uno de los más antiguos recursos es el uso de las columnas de opinión.

Es un conjunto de componentes que el editor debe observar con ojo crítico. Se coloca en el lugar del lector para responder a diversas interrogantes frente a la información, como si recién tuviera contacto con ella; por ello, exige poner los antecedentes del suceso.

---

<sup>72</sup> Los juicios de hecho son valores sobre hechos concretos.

El objetivo de esta función es crear coherencia, equilibrio y atractivo en la revista para evitar un producto plano. En ello interviene la forma y el fondo integrados en un solo componente: lograr armonía entre contenido y forma. En su momento, calibra la información, mide sus efectos, para producir un material transparente.

De la minuciosidad del trabajo de edición depende la fuerza de la información que se publica. El editor funciona como filtro de calidad. Su participación en el proceso productivo de la revista es importante en la medida que verifica con rigurosidad la información seleccionada. De un buen editor depende un producto de primera.

### ***7.3.6 La edición en sus diferencias***

Al inicio de este capítulo hemos diferenciado el perfil del editor de contenidos: el editor de textos y el editor periodístico. A continuación describimos su trabajo y los puntos de semejanza y diferencia.

El trabajo de edición tiene características afines para libros, revistas y periódicos.

Los aspectos afines serían la búsqueda de las siguientes cualidades en los textos:

- Coherencia
- Consistencia
- Fluidez
- Con estructura narrativa

Se procede a realizar la:

- Corrección de estilo (redundancias, cacofonías, digresiones, sintaxis, semántica)
- Verificación de datos
- Revisión
- Selección

Los aspectos diferenciales entre textos especializados y medios informativos son:

- La presión de rutina no existe para textos como sí para los informativos.
- El tratamiento a la información es directa y obsesiva. En el texto, el autor define el contenido.
- Manejo de fuentes. Los informativos revisan la calidad de informantes. El texto también desarrolla un exhaustivo examen a sus fuentes
- Seguimiento al proceso de elaboración informativa, tema que no ocurre con los textos de especialidad.

### ***7.3.7 Aliados en la edición***

Los textos reciben un tratamiento riguroso. La verificación de datos es un trabajo que demanda minuciosidad. La labor de confirmar toma su tiempo, pero es indispensable realizarla.

La corrección es otra parte del trabajo. Se cuenta con personal que verifique y realice la corrección de los textos.

Una vez trabajados los textos, el editor se reúne con el diseñador o diagramador para definir la ubicación de los textos en la revista, señalar los espacios para las fotos, y disponer los titulares y los gorros según su importancia.

La información de las diferentes secciones es ordenada buscando el enfoque de impacto en el público lector. La importancia del tema determina la ubicación y tamaño del espacio dispuesto.

#### **7.4 Aspecto central de la experiencia: el manejo de la información no confirmada**

En el tratamiento que se da a la información sin confirmar para validar su calidad y clasificarla como apta de ser difundida, se observa un sistema de trabajo periodístico en el que el editor muestra su función. A través de la ejecución de rutinas, se ordenan los diferentes procesos enfrentados en la edición.

Desde el momento de ingreso al cuadro de comisiones, la información sin confirmar debe contener condiciones de peso para darle cobertura, es seleccionada de entre mucho material. En su tratamiento se concentran principios y técnicas derivados de los paradigmas de un periodismo que conceptualiza la información como un bien común.

La presente descripción traza una línea que detalla el proceso de selección, el proceso de producción de la información, el proceso de elaboración de la noticia, el condicional convertido en pista de investigación, y el marco ético como instrumento para medir los límites y posibilidades de la profesión en el manejo de la información.

La información no confirmada, para ser difundida, identifica como canal de transmisión el uso del verbo en condicional, que surge desde las fuentes y es material de trabajo para el periodista.

Validarla, descartarla o transformarla concentra mecanismos implícitos y explícitos, subliminales o evidentes en la búsqueda, procesamiento y difusión de la información manejada por el editor.

La importancia de la función de edición radica en su capacidad de traducir, con la selección que realiza, la línea del medio al cual se adscribe. Más aun cuando ninguna información dada como rumor es válida para el periodismo que basa sus principios en la rigurosidad y exactitud de los datos. Los trascendidos atraen réplicas peligrosas.

### **7.4.1 *El ámbito noticioso***

La revista surge en un contexto mediático en el que la información de coyuntura es intensamente movida. Algunas fuentes se habían acostumbrado a usar el condicional para presentar una nota como primicia. El eco brindado en algunos medios reforzó su uso.

La revista mantuvo como método el análisis de las informaciones sin confirmar con el fin de preparar un mejor material, pero luego fueron separadas por su falta de consistencia, mientras que los medios las lanzaban todos los días. Se hizo costumbre en la década del 90 la difusión de informaciones inconsistentes con gran descaro. Aun hoy son constantes, aunque con un manejo más sutil.

Los temas de coyuntura provocaron en el equipo un foco de discusión que nos mantenía en constante alerta. Sobre todo por el acceso a fuentes expertas en la difusión de intereses oscuros. El manejo de esta información puso en funcionamiento los instrumentos institucionales éticos y herramientas técnicas profesionales para evaluar su validez. Con ello, algunas se sujetaban a los marcos de difusión y otras no.

Las fuentes tradicionales de información que nos proveen de material son las mismas para todos los medios: Palacio de Gobierno, Justicia, Parlamento, Municipio, Ministerios, Instituciones Policiales y las notas de prensa que llegan a las redacciones circulan en todos los medios. Por su parte, hay fuentes que buscan a los medios para difundir sus quehaceres.

A estas informaciones de producción cotidiana se les llama de coyuntura. Algunas veces el valor de la información de coyuntura es relevante para el número, como ocurrió con el informe de la CVR.

Los temas de coyuntura fueron los más difíciles de trabajar. La abundancia de material empujaba a sacar una revista de actualidad política. Nuestros objetivos de multiculturalidad, reflexión y debate, propuestos en nuestra declaración de principios, nos sirvieron de freno, y nos obligaron a volver sobre nosotros mismos.

Las fuentes se habían abierto, sobre todo en el Parlamento, y surgían nuevas fuentes ávidas de espacio. Se produjo una fuerte tensión en la disyuntiva entre una revista de coyuntura que cubriera temas de actualidad y política y una revista de investigación.

Los materiales sobre la mesa impulsaban a trabajar más los temas de coyuntura. Cada vez se hacía más difícil escapar de la actualidad quemante en una inusitada producción de hechos nuevos.

En la preparación de la revista observamos que los temas candentes tenían poca vida, necesitaban de una elaboración más profunda para entender su dirección. Las fuentes manejaban informaciones nebulosas y se perdían en declaraciones sin profundizar y sin pruebas, pero caldeaban el ambiente con cada declaración.

Los materiales se presentaban contradictorios sobre un mismo tema, entonces optamos por analizarlos con más calma.

El equipo mantuvo los temas de coyuntura con mirada crítica frente a otros de mayor importancia. Los temas de interés social, de menor cabida en la prensa nacional, servían de horizonte a nuestra vocación. En los medios masivos no aparecían las provincias, ni las zonas de frontera con toda su producción, tampoco la diversidad de etnias que nos pueblan, sumidas en inquietantes preocupaciones. Salvo pequeñas notas escondidas entre informaciones localizadas en la capital, los pueblos del interior permanecían fuera del alcance nacional.

Surgió la necesidad de abrir las páginas al debate de política cultural; de regionalización; de municipalidades, con el tema de acreditación, poco entendido por los mismos alcaldes; el informe final de la CVR, que había suscitado tan fuertes y violentas respuestas de los partidos políticos, y de los representantes de las Fuerzas Armadas. Es decir, temas que sintonizaban con nuestros objetivos.

La revista resultó de la tensión entre información de coyuntura y de investigación. La necesidad de propiciar entendimiento de las situaciones problemáticas nos condujo a sacar una revista de investigaciones.

Muchos de los temas de coyuntura que produjeron primeras planas en los diarios nos incentivaron a trabajarlos desde el punto de vista del lector. La sección Defensa del Lector: la noticia maliciosa surge de observar el tratamiento de los medios masivos de noticias basadas en rumores. En ella colocamos las noticias que movieron con mayor fuerza el espacio mediático provocando en el público dudas sobre la información. Mostrar otra visión sobre la misma noticia, destacar su manejo, nos produjo un material de análisis de contenido interesante.

#### ***7.4.2 Proceso de producción de la información***

Las informaciones sin confirmar deben necesariamente superar este proceso para mostrar su consistencia y pasar al cuadro de comisiones como tarea. Es un tenso forcejeo por espacio.

##### ***7.4.2.1 Cobertura***

Los temas centrales estaban decididos por consenso. En las reuniones de planificación se organizaban los items de cada número. Se discutían los temas relevantes, los mediáticos y los no visibles.

Lo importante en estas reuniones concernía a la agenda de cada número.

Plantearla requería una visión sobre las necesidades de información, la búsqueda de debate y la apertura de foros de participación. ¿Qué puede interesar al público? Sabíamos que la ironía sobre los políticos producía réditos fáciles. ¿Pero estábamos dispuestos a concederlos?

El temario generaba largas discusiones. Finalmente, se distribuían las comisiones, se establecía el enfoque de interés y los puntos de debate que se querían plasmar.

La agenda combinaba informes de debate, los temas de investigación y los de coyuntura.

- 1.- Para los temas de debate ordenamos la información:
  - a) Según el contexto.
  - b) De interés a largo plazo.- Temas que continúan vigentes a pesar del tiempo porque no hubo soluciones o se mantenía un enfoque interesado. “Si los problemas económicos no encuentran solución, se convierten en temas políticos”.
  - c) De discusión.- Temas controvertidos que contienen posiciones opuestas.
- 2.- Los temas de investigación:
  - a) Síntesis de tesis. Temas que luego la editorial lanza como libro
  - b) De análisis. Temas de investigación.
  - c) Ensayos. Propuestas y alternativas sobre un tema.
- 3.- Los temas de coyuntura

El surgimiento cotidiano de noticias de coyuntura tiene un proceso propio de producción, el trabajo con las fuentes es personal, fruto de la experiencia<sup>73</sup> como esta elaboración.

---

<sup>73</sup> O'BRIEN, Pablo. *Todo se sabe. Manuel de periodismo de investigación*, Lima, PUCP, 2006, p. 102. El autor desarrolla una clasificación propia, tanto como la propuesta en esta presentación.



- a) Desde las fuentes.- Son las tradicionales. Conferencias de prensa, personalidades, personajes que salen con alguna declaración de importancia y son entrevistados por todos los medios: radio, TV, prensa escrita, las mismas que se reflejan en los medios electrónicos.
- b) Destapes.- Un medio plantea una primicia, la cual tiene efecto de rebote en todos los medios. La fuente busca a un contacto en los medios.
- c) De elección.- Las fuentes oficiales eligen un medio para lanzar sus temas. Alimentan de este modo su relación con los medios. Tiene intencionalidad política.
- d) De fábrica.- La información es puesta en escena con fines interesados ya sea políticos, comerciales, económicos o industriales.
- e) Sembrados.- Información filtrada con fines ocultos.
- f) Información comerciable.- Venden a los medios una primicia al mejor postor. Resultaron muy eficaces los agentes de inteligencia. (El agente Sun).

Por este intrincado sistema para producirse, la información tiene un tratamiento diferente para los temas de debate, de investigación y de coyuntura.

El editor define el tratamiento y el estilo. Tanto la información de debate como la de investigación contienen marcos muy precisos para ejecutarse. En la información de debate se plantean las visiones contrapuestas y en la de investigación se sintetizan dándole el enfoque de actualidad. En cambio, en el manejo de los temas de coyuntura intervienen elementos de riesgo por la inmediatez, por lo que hay que someterlos a un proceso de verificación.

#### *7.4.2.2 La agenda o cuadro de comisiones*

La información que se convierte en agenda ha mostrado su importancia para el

lector. Los investigadores redactores desarrollan sus temas tomando en cuenta la situación de oscuridad sometida a la población ante la abundante información contradictoria vertida en esos momentos, el público se mostraban inconforme con las informaciones a través de su participación en emisoras, en encuestas, cartas, comentarios en la Web. Por estos medios conocíamos de su posición frente a las notas tendenciosas y su claridad frente a ellas. Nuestro objetivo estaba centrado en el público, por ello nuestro interés en seguirlo.

El temario se basaba en una búsqueda de equidad cultural frente a la diversidad nacional exponiendo una multiplicidad de intereses sociales.

La agenda se establecía en la diferencia de lo efímero con lo sustancial, los temas de fondo, la cobertura de aquello poco discutido.

Los temas ideologizados requerían de un tratamiento de fondo con diversos enfoques que ayudaran a centrar la discusión en lo relevante. Se hacía participar como fuentes a diversos especialistas.

En las discusiones del equipo de trabajo se tomaba en cuenta los temas de actualidad y el perfil de las fuentes que las producían.

La evaluación de la fuente era básica cuando el material llegaba por sí mismo, y entender su intencionalidad más allá de lo explícito o aparente.

#### *7.4.2.3 El manejo de la información*

La construcción de consensos en el medio, nos llevó a mantener una fuerte presión sobre las informaciones que llegaban por sí mismas. No se admitían informaciones basadas en una sola fuente. Walter Lippmann,<sup>74</sup> teórico de los políticos liberales, afirmó que la clave de la democracia moderna está en fabricar los consensos,

---

<sup>74</sup> Citado por Paco Gomez Nodal en su artículo “La resistencia Mediática”, *Sala de Prensa*, 26 de agosto de 2006, 11:00 h., <[www.saladeprensa.org](http://www.saladeprensa.org)>.

es decir, manipular la opinión pública hasta que responda a las necesidades de la población. Según este punto de vista, las necesidades de la población son asumidas como las necesidades de grupos interesados. En nuestro medio, fue evidente la aplicación de dicho concepto con métodos poco santos.

Por ello, decidimos enfrentar la homogenización informativa desde planteamientos que nos permitían hacer visibles las culturas andino-amazónicas en todo su potencial creador y trabajar informes plasmando esa característica de país multicultural, multiétnico, abiertos a la perspectiva intercultural, mirando esa inmensa diversidad.

La revista apuntaba a construir su estilo a partir del manejo y redacción de sus informaciones. Los temas se escogían por la dimensión social inmersa, por lo oculta que permanecía. Un cierto sector de medios mostró propuestas basadas en un concepto de lo popular como un gusto por lo abyecto, por el morbo, por el espectáculo de derrota, de ver a las estrellas caídas. Sin embargo, mientras más noticias de este tipo salían, más desalentada se sentía la gente. El índice de suicidios aumentó en el quinquenio 2001- 2006. La sintonía de programas como Magali, periódicos Chicha fundamentaban esta mirada que consideraba al pobre como un otro abyecto. Este desprecio manifiesto a los sectores menos favorecidos nos llevó a buscar lenguajes de inclusión.

El equipo manejaba la información con profundidad, contextualizada, con historia y antecedentes que permiten ubicar el surgimiento de los discursos y sus implicancias.

La información debía ser consistente desde la ubicación del redactor, el manejo de sus herramientas, sus argumentos, su visión y sus planteamientos, hasta el contexto de la fuente, su historia, antecedentes, vínculos y pretensiones.

Era un imperativo no perder de vista la perspectiva, estar conscientes de uno

mismo frente a la fuente al afrontar la información. Así se permitiría ver el suceso en todas sus dimensiones, antecedentes; el hecho en su contexto social, cultural, económico; sus aportes y consecuencias o alternativas.

#### *7.4.2.4 Distancia con las fuentes*

Una herramienta de trabajo indispensable es la construcción de una necesaria distancia con la fuente. Un método para lograrlo es ubicarnos y ubicarla. Descubrir su intencionalidad, tomar en cuenta sus contextos como profesional, persona, y sus vínculos con el redactor. Una mirada al entorno de la fuente permite calificar la información como fiable o peligrosa. De ello depende la calidad del trabajo que se difunda. Cuando traen información sin confirmar hay que determinar el interés de la fuente antes de proceder.

El periodista debe tener un especial respeto por sus fuentes, pero esto no implica de ninguna manera, compromisos con ella. Tampoco está permitido pagar por informaciones.

En 2003 aparecieron fuentes que buscaban un pago por sus informaciones. Estas fuentes jugaban con primicias que colocaban al gobierno de Toledo en aprietos debido a personalidades involucradas en asuntos dolosos. Las fuentes generaban destapes. Se dio un panorama de tal corrupción que parecía que nadie se salvaba del desprestigio.

Con Fujimori, esa red de fuentes se mantuvo cerrada, era selectiva, escogía a los periodistas para soltar primicias, dividiendo los temas. Pero con Toledo, se desató un singular desenfreno. Salieron a la luz agentes del servicio de inteligencia como informantes, con una moderna tecnología en sus manos.

Detrás del cobro por información, había una intencionalidad que quería ser soslayada bajo la apariencia de un objetivo mercantil. Las informaciones eran demoledoras para el gobierno de Toledo, para sus vínculos y la gente cercana a él.

Además, las noticias se levantaban siguiendo pautas de intereses intrincados. Según el tema, surgían las fuentes siempre dispuestas a declarar. Así se convirtieron en fuente y objeto de noticia: militares, políticos y parlamentarios que declaraban en contra de la CVR. Estaban en la mira de estas fuentes los procuradores, ministros y gente ligada a Toledo. Además, las fuentes extraoficiales alimentaban a las redacciones con una buena dotación de noticias.

La información había que manejarla con sumo cuidado para evitar convertirse en un instrumento. La etapa de oscuridad instituida obligaba a tomar muchas precauciones en las redacciones. No cabía la función del periodista limitada a informar solamente, a dar a conocer el hecho tal cual lo recibe de la fuente. Había que discernirla. Grupos interesados utilizaban los medios para sus fines, habían construido un consenso en el imaginario: cualquiera puede caer en corrupción, hasta los más prestigiosos. La corrupción terminó siendo un mal menor, perdonable. “Un error o un pecado pero no un delito”.<sup>75</sup>

Al abordar una fuente había que ser suspicaz, presumir sus intenciones y discernirlas antes de su difusión. Es obligación del editor poner en alerta a los redactores, previniendo posibles situaciones.

Es indispensable hacer una verificación directa, utilizar la técnica de contrastar, de la contrapregunta, esclarecer los intereses de las fuentes, lo que buscan y cómo conocen los hechos. Hay que acudir a especialistas, expertos de confianza a quienes consultar.

---

<sup>75</sup> Expresión del doctor Luis Bedoya Reyes, fundador del Partido Popular Cristiano, al intentar defender a su hijo Luis Bedoya de Vivanco enjuiciado por recibir dinero de Vladimiro Montesinos para su campaña electoral municipal del 2000.

El editor tiene la obligación de adoptar medidas para no caer en complicidad (consciente o inconsciente, la responsabilidad es la misma). El equipo debe mantener su independencia de las fuentes y usar de continuo la técnica de la contrapregunta. La revista debía desarrollar criterios para evaluar la trayectoria y credibilidad de las fuentes. Desde su ubicación, el editor promueve mecanismos de interrelación con las fuentes que se fundamentan en la calidad y la diversidad.

La información de una fuente debe estar sometida a un tratamiento de análisis. El editor y su equipo estarán entrenados para actuar con cuidado, tomar distancia de las fuentes y descubrir sus intereses. En todo momento se debe evitar involucrarse con ellos aceptando regalos que los comprometan, como viajes o invitaciones. Se debe tener claridad en el objetivo de informar y que este objetivo debe estar abiertamente expuesto a nuestras fuentes. Las atenciones al redactor en nada lo comprometen.

Evaluar el perfil de las fuentes es obligatorio para un editor, las fuentes pueden ser:

Fuentes calificadas (consultores)

Fuentes alternativas

Fuentes con primicias (insumos en conflicto)

Fuentes poco fidedignas

Fuentes que tratan de desviar

Nuestro compromiso es con la audiencia, y ningún otro subordinado a la información nos puede comprometer. El trato con las fuentes se construye en un marco establecido claramente. Es importante que el editor desarrolle con el periodista las medidas de compromiso que se tomen con las fuentes y cumplirlas.

Hay fuentes a las que solo se acude al final para contrastar la información. En lo posible, el medio debe exigir a sus periodistas que eviten compromisos de anonimato

con la fuente. El anonimato resta peso a la noticia, pues el lector no sabe de dónde salió la información. Como observamos, la claridad de nuestra función y la calidad de compromiso que asumimos frente a la audiencia nos construyen un accionar con amplia libertad e independencia de las fuentes.

#### *7.4.2.5 Las presiones de rutina*

Para ser publicada, la información sin confirmar debe pasar por otros tamices, como son: la presión del tiempo de vida como noticia, el espacio, el valor noticioso. Temporalidad, espacialidad y calibre noticioso determinan la difusión de un tema:

##### **1.- Temporalidad**

Los periodos de salida de los medios escritos (diarios, semanales, quincenales, mensuales) definen el ingreso de mayor o menor información de coyuntura. La TV, la radio y los medios electrónicos saturan, bombardean y llenan el ámbito con noticias cada hora. La información de coyuntura para la revista enfrenta esta situación.

Aun cuando el carácter de temporalidad determina un trabajo más riguroso, la coyuntura marca la pauta en determinados momentos para la revista. Por ello, el material que llega es minuciosamente revisado. Sin embargo, la premura informativa de los temas de coyuntura tiene mucho riesgo; su carácter noticioso obliga a tomarla en cuenta aunque no dé mucho tiempo para realizar la investigación.

##### **2.- Espacialidad**

Otro aspecto importante en la edición es la cantidad de información que se mueve. En general, las páginas de una revista siempre son insuficientes para la producción informativa que proveen las fuentes.

Los criterios de su publicación tienen que ver con el interés y el perfil de la revista, su relevancia e incidencia en la población. Su importancia está en función del impacto en la población.

Los términos de prioridad colocan los temas en jerarquías establecidas por el impacto en el público, por su poder de movilizar la opinión pública y por su capacidad de orientar la discusión.

A diferencia de los medios hegemónicos, que se mueven en función del día a día con una información similar y en desventaja frente a la fuerte competencia de la TV, la radio y los medios electrónicos,<sup>76</sup> las revistas ingresan al terreno del debate, de la discusión o del análisis. Su insumo es la información interpretativa, como es en nuestro caso.

Sus páginas están diseñadas para contenidos de profundidad. El enfoque de lo novedoso atrapa a la audiencia, es la inducción hacia su adquisición como producto, pero su fuerza radica en el trabajo de análisis de contenido. Pueden tratarse temas de coyuntura siempre que ingresen con nuevos datos que permitan su esclarecimiento. “La noticia es el origen de la opinión pública y permite la discusión pública de los grandes temas sociales”.<sup>77</sup> La importancia de la novedad como principal atributo de la noticia estriba en su capacidad de enganche del público con los medios escritos.

Sintonizar con el público asegura el éxito de un producto. La demanda se basa en esa sintonía.

Aun cuando la temporalidad determina la elección de las informaciones de coyuntura, muchas de ellas quedan fuera de nuestras manos por la velocidad con que mueren las noticias y la presión de las mismas por el espacio. La rapidez como desaparece el concepto de noticia en una información induce a los medios, y a nuestra revista a trabajarla desde diversas perspectivas.

---

<sup>76</sup> Colocan las noticias en el momento en que se están produciendo, es una enorme desventaja para los medios escritos.

<sup>77</sup> IGARTUA y HUMANES. Óp. cit., p. 111.



La revista también cuenta con un tiempo de producción que le permite evaluar la información sin confirmar hasta transformarla, salvo cuando, finalizado el periodo, continúa en las mismas condiciones y mantiene su vigencia.

Pero dar pase a la difusión de una noticia sin confirmar significa concebir su peso informativo con todos los atributos que la califican como reveladora y consistente para prevalecer sobre otras también importantes.

La metodología en el tratamiento de las informaciones es la misma, tiene los mismos marcos institucionales. Los principios éticos, los instrumentos profesionales, las funciones y el compromiso con la audiencia son las convenciones cotidianas de la producción informativa. Con ellos como instrumentos se procede a trabajar las informaciones de interés mayoritario.

### 3.- Calibre noticioso

El valor de un hecho noticioso y su vigencia también son ingredientes de presión para mantenerlo, alzándose por encima de otros temas. El valor de novedad, primicia, es determinante para decidir su difusión. El calibre noticioso lo dan el valor de destape, implicancia social o política hasta económica de un tema.

#### *7.4.2.6 Etapas en la edición*

Las etapas en el proceso de edición se establecen luego del periodo de elaboración del material por el equipo de redacción, los temas encargados a colaboradores y el material de investigación que llega. La información sin confirmar ha pasado al cuadro de comisiones, se le ha dado cobertura, e ingresa a medir su importancia en la edición frente a otros materiales.

Son tres las etapas definidas en la edición:

#### 1.- Recopilación

El material tiene una fecha de entrega, se junta y revisa. Corresponden a los temas

planteados como comisiones. Los temas trabajados por el equipo, las colaboraciones, las investigaciones, los temas de coyuntura, en conjunto se distribuyen a las diferentes secciones de la revista.

En esta etapa de revisión de los textos, se verifica el enfoque, la entrada, el contenido del texto, el tamaño, se contrasta la fuente, se observa que la información esté balanceada con fuentes cruzadas.

Se toma la información con mirada crítica, pensando en lo que el lector espera, su peso noticioso, consistencia, importancia.

Se verifica que el titular, la sumilla, entrada y el texto tengan coherencia estética, se correspondan.

Se corrige la estructura del texto, si fuera necesario, se corta, se lo limpia de ripio o términos innecesarios. Se verifican nombres, datos, fechas. Todo ello se realiza con el mismo autor de la información para evitar interpretaciones erróneas.

Evaluar el material que llegaba a la mesa por sí mismo requería de suma atención. Corresponden a informaciones trabajadas en equipos de prensa de las fuentes. Los temas de coyuntura tentaban a nuestro equipo por la perspectiva política. Un material a todas luces tentador pero con una vida noticiosa breve, como destapes mueren por la dinámica informativa. Pasan a ser refritos rápidamente. La revista requería de sus propias primicias.

La salida mensual permite trabajar sin la premura de la inmediatez. Así nos dimos tiempo para evaluar la información de actualidad. Se juntaban noticias de suicidios, asesinatos, secuestros, protestas. El tema de corrupción tenía muchas aristas peligrosas. Proliferaban las denuncias contra los procuradores: José Ugaz, Luis Vargas Valdivia, Ronald Gamarra, etc. Algunas fuentes fustigaban sin parar a los responsables de la investigación de personajes involucrados en delitos de corrupción.

Se planteó presentar un análisis de conjunto de cada uno de los temas de coyuntura, sustentados por la mirada de especialistas como psicoanalistas, psiquiatras, sociólogos, politólogos.

Se decide dar prioridad a la memoria del país, su cultura, sus regiones, la preocupación de los municipios. Optamos por presentar investigaciones que permitan reconocer la historia del país desde sus más profundas cimientos. Para ello, se toma en cuenta la incidencia del tema, a quiénes afectaba, mientras mayor la población, más su importancia de difusión.

## 2.-Selección

En esta etapa se construye el perfil de la revista, se define su línea. La tensión entre temas de coyuntura y temas de análisis se resuelve a favor de los informes de investigación. Se interrelaciona una serie de elementos que conjugan un estilo en la selección, que responde a la necesidad del momento.

El contexto, la producción mediática, las reglas propias de nuestra institución son relevantes al momento de hacer la selección, lo mismo que el objetivo fundamental de generar debate. Esta etapa determina la importancia en la discusión social. No se sustenta solamente en la visión personal del editor, como responsable, sino en un conjunto de perspectivas discutidas por el equipo. Tiene que ver con las normas institucionales, los criterios profesionales y el espacio disponible. La misma información debe contener atributos que la coloquen como publicable. Los conceptos de valoración de información son importantes en el trabajo. Los criterios técnicos del editor para validar la información como publicable miden la calidad del material trabajado:

Equilibrio.- Ceñirse a los juicios de hechos interpretando los sucesos con transparencia en una combinación de fuente que muestre una mirada integral.

Simetría.- A dos o más versiones opuestas trabajarlas en igualdad de condiciones.

Incidencia.- Hay un concepto de noticia desde el poder en el que la jerarquía de la fuente se impone; sin embargo, sin perder de vista la importancia de las fuentes por el nivel de poder que ocupan, lo trabajamos buscando también el efecto.

Actualidad.- Los sucesos deben estar vigentes. Debe partirse por lo último que se sabe del tema en cuestión.

Hay aspectos cada vez más complejos en la determinación de los valores que contiene una información. Los investigadores Igartua y Humanes<sup>78</sup> sostienen como criterios técnicos: Consonancia, relevancia y proximidad local e ideológica: la información debe ser congruente con normas, valores y actitudes socialmente compartidos, que sean significativas para el lector y cercanos geográficamente.

Dada su profusión, ellos incorporan como valores: desviación y negatividad: mientras más negativas sean las consecuencias de un hecho, más probabilidades tiene de ser publicados. Este concepto es persistente en los medios masivos que dan cabida a las tragedia como insumo principal.

Valor narrativo: Las noticias deben contar con una apertura, un desarrollo y una culminación. A ello se agregan dos cualidades más: el dramatismo y la espectacularidad.

Estos valores de la noticia son criterios básicos en una selección. El editor evalúa el carácter de la información y las condiciones de relevancia para el lector.

En la etapa de selección, el editor mide la capacidad espacial de la revista, los temas prioritarios y los objetivos que se buscan. Giovanni Sartori confirma “quienes

---

<sup>78</sup> IGARTUA y HUMANES. Óp. cit., p. 248.

seleccionan las informaciones se convierten en administradores del dominio simbólico de las masas”.<sup>79</sup> La función de edición define lo que se publicará en la revista.

### 3.- Cierre

En esta etapa se mide el valor de la información seleccionada, proponiendo una jerarquía. En ella se expresa el nivel de importancia que tiene el tema para la revista. La relevancia de la información, el peso como noticia, la novedad del enfoque son valores determinantes en su jerarquía. No todos los temas seleccionados reciben el mismo tratamiento. En este momento se señala qué tema irá en la carátula, cuál será la información que abrirá, cuáles irán en página central. Se distribuye el material en sus espacios de prioridad.

Hay tres modos de jerarquizar la información:

Por su ubicación.- Se les da un lugar de relevancia que permita visualizar con más rapidez la información, como es la parte superior de la página impar, lado derecho.

Por el espacio.- Se le otorga más espacio al tema.

Tanto la selección como la jerarquía y el espacio que se le otorga a la información son formas de construir en el imaginario social lo que existe y lo que tiene importancia.

Despliegue gráfico.- La información requiere de gráficos, fotos, infografía. Mientras más compleja, más necesidad existe de un despliegue gráfico.

---

<sup>79</sup> SARTORI, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*, México, Taurus, 2003, p. 134.

### ***7.4.3 El proceso de elaboración de la noticia***

La información tiene un proceso complejo en la organización de datos que provean de entendimiento de un suceso. Es el proceso medular de las informaciones. Se ha decidido dar cobertura a un tema El material está en manos del redactor. Requiere instrumentos en su ejecución para evitar seguir pasivamente la señal de la fuente o convertirse en un simple repetidor de una versión.

#### ***7.4.3.1 Manejo de la documentación***

El periodista identifica la fuente que da la información y esta fuente le provee de documentación, la cual debe manejar con discreción y confidencialidad, pero también tiene la obligación de acudir a otras fuentes para confirmar su información. Esta información es sistematizada y guardada conjuntamente con las entrevistas grabadas que realice. A esto se llama blindaje de pruebas, que le permitirán afrontar con firmeza y convicción los reclamos posibles a su información.

Este sistema de trabajo es acompañado por el editor, quien advertirá, con su experiencia, los peligros que se presentan por datos incorrectos, falta de pruebas o documentación insuficiente.

#### ***7.4.3.2 El tratamiento de la noticia***

Se habían generado pautas generales en el tratamiento de la información, desde el aspecto novedoso de la misma hasta la organización de los sucesos.

El enfoque, el estilo y la profundidad de los análisis eran elementos claves para la redacción de un informe. Estos mismos elementos se incluían como tratamiento a la documentación sobre temas no confirmados.

El resultado fue una visión completa con interpretaciones de especialistas que daban un contexto integral de los hechos. En este proceso, la información sin confirmar se transforma, en algunos casos, como sucedió con las denuncias sobre los integrantes

de la CVR, se ubicó las críticas en su contexto y las denuncias contra los integrantes fueron una a una desestimadas.

Cada información incluía percepciones, visiones e interpretaciones del hecho en una producción completa del tema abordado. Desde el momento en que se decidía la cobertura a una información sin confirmar ya se estaba considerando el tema como importante.

Una vez desarrollada la investigación, se procede a elegir el énfasis que se dará a la versión o a los datos conseguidos por nuestro equipo. Así, la información sin confirmar cruza un proceso que va desde:

La cobertura

El énfasis

Minimizar o agrandar

Validar, descartar o transformar la información. Ello dependía de su consistencia en el contenido informativo.

En el tratamiento de la información se debía evaluar todas las dimensiones de un hecho, sus antecedentes; el contexto social, cultural, político, económico; sus consecuencias, alternativas, proyecciones; los actores de la información como fuentes, sus efectos y las razones por las que se mantenía el uso del condicional.

En consultas con el editor, éste evalúa la exactitud, esclarece párrafos confusos, o soluciona algunos problemas que se suscitan en el manejo del tema.

La estructura de la información debía contener datos de apoyo, información de fondo, contexto, consecuencias. Debía estar balanceada para mantener simetría entre las versiones.

El editor analiza el enfoque, el tono de la información, el ritmo, incentiva el uso de términos más atractivos que den sonoridad y fuerza al texto. Observa la estructura de la oración, sencilla; oraciones simples, sin subordinación.

El editor aconseja a sus periodistas diferenciar el tiempo en que se escribe del momento en que llega al lector. Lo que el editor tiene en mente en todo momento son los lectores.

Con esta pautas se realiza la información sobre el informe final de la CVR, que estaba trasvasada por acusaciones en el contexto mediático. El resultado es una información completa desde diversos ángulos. El tema de coyuntura entra a la sección de Especiales.

Por otro lado, las informaciones que no resistieron el proceso y fueron desechadas, sirvieron como material para la sección de Defensa del Lector, cuando movió fuertemente a los medios masivos y le dieron amplia cobertura.

#### *7.4.3.3 El nudo simbólico: la noticia*

La noticia como información es el nudo simbólico de los mecanismos imbricados en su producción. En ella intervienen:

Visiones.- Imaginarios

Concepciones.- Mentalidad como práctica cotidiana

Conocimientos.- Respaldo informativo indispensable

Métodos .- Formas de presentar un suceso para su entendimiento integral

Principios.- Sustento del marco en el que se produce la información

Como observamos, la noticia no es neutral. En el ordenamiento de los sucesos convergen elementos ideológicos, posiciones, intereses. El profesional cuenta con herramientas técnicas que lo conducen hacia el procesamiento de un contenido con equilibrio, simétrico, creando un ordenamiento balanceado de los sucesos, enmarcado



en convenciones profesionales y éticas que institucionaliza la información como insumo de consumo público. Es una técnica casi inconciente, rutinaria: tomar distancia del suceso descubriendo nuestra ubicación frente al tema (contexto personal, desde donde se observa la información, ¿nos involucra, conmueve, sorprende, moviliza?)

Las técnicas periodísticas proveen al profesional de marcos metodológicos para trabajar la información no confirmada:

Verificación

Rigurosidad

Consistencia

Cruce de información

Revisión de diversas fuentes

Pruebas o evidencia fáctica.

Estos instrumentos técnicos validan la información no confirmada. Cumplir el proceso metodológico implica profesionalismo, ética y darle un marco de institucionalidad a la información. Ello significa que contiene también veracidad en el relato de los hechos, independencia y responsabilidad, que son los instrumentos éticos indispensables. Por ello, técnica y valores éticos son indivisibles en la calidad de la información periodística.

La información que ha mantenido su vigencia como noticia y cumple con el proceso metodológico, se enfrenta de todos modos con otra situación: el espacio. ¿Qué la hace relevante para darle pase ante la presión de otras informaciones? ¿Qué criterios deciden su difusión? Se analizan valores en la redacción como: actualidad, proximidad, incidencia, resonancia pública, dramatismo, curiosidad, conflictividad, interés humano, progreso. Condiciones concebidas como atributos de la noticia que le dan el peso de interés público, aunque lo singular en el uso del lenguaje periodístico es su capacidad de

contener estas cualidades: claridad, concisión, densidad, exactitud, precisión, sencillez, naturalidad, originalidad, brevedad, variedad, atracción, ritmo, color, sonoridad, detallismo, corrección y propiedad.

Los marcos básicos los expone Manuel Jesús Orbegozo<sup>80</sup>: claridad, concisión, precisión y brevedad, señala que para Gonzalo Martín Vivaldi el lenguaje periodístico cuenta con 16 cualidades que permiten su eficacia: claridad, concisión, densidad, exactitud, precisión, sencillez, naturalidad, originalidad, brevedad, variedad, atracción, ritmo, color, sonoridad, detallismo, corrección y propiedad, convertidas en convenciones profesionales en la calidad de un material, los cuales deciden su difusión.

Los indicios que se transforman en informaciones serias en torno al uso del verbo en condicional contienen varios elementos: un contexto de fuentes que se ordenan para señalar su utilidad; la inminencia de la confirmación o resultados previos sin oficializarse; datos fehacientes, irrefutables, la consistencia en ellos. Con este marco se define el uso correcto del verbo en condicional. Ejemplo: tomamos una información de fuente policial. El asesinato de una mujer. Para la revista significa trabajar una crónica con enfoque de género sobre seguridad ciudadana, con estadística de los asesinatos ocurridos en ese periodo, el temor al espacio público y su transformación.

La nota de prensa dice:

“Se presume que cuerpo encontrado descuartizado **sería** de mujer desaparecida”.<sup>81</sup>

La Policía Nacional del Perú.....

El texto desarrolla el tema describiendo un proceso de verificación con las pruebas de ADN realizadas para determinar la identidad de la víctima, proceso que tiene una duración de un mes. En este periodo se realiza la indagación que complementa la

---

<sup>80</sup> ORBEGOZO, Manuel Jesús. *Periodismo. Texto de teoría y práctica*, Lima, Fondo Editorial UNMSM, 2000, p. 21.

<sup>81</sup> Nota de prensa de la Policía Nacional del Perú, agosto, 2003

información. La información requiere del incondicional porque alude el proceso en curso.

El uso del condicional en la redacción de un texto tiene, por lo tanto, marcos metodológicos de aplicación, sin los cuales se pierde el nivel de profesionalismo que debe contener el material periodístico para resguardar el principio de credibilidad sobre el cual sustenta su labor.

En el uso correcto y el uso instrumental ingresan también:

Visiones

Concepciones

Conocimientos

Métodos y

Principios propios e institucionales

De ellos emerge el enfoque como política que evalúa la emisión, el espacio y el énfasis que se dará a las informaciones.

Son los mecanismos que mueven el imaginario de un editor para seleccionar, jerarquizar y difundir una información.

#### ***7.4.4 Problemas en la experiencia: el rumor como pista***

El editor no desestima una información que tenga valor para el público. Así llegue como un rumor, lo toma como una pista de investigación a la que impone sus mecanismos de elaboración para verificarla, contrastarla y blindarla con pruebas. Al respecto, Amado Suárez afirma “Un rumor es una información incierta, que no puede verificarse, pero que por diversas razones resulta verosímil en algún momento”.<sup>82</sup>

---

<sup>82</sup> AMADO SUÁREZ, Adriana. *Prensa y comunicación. Personas y empresas frente a los medios*, Buenos Aires, Ediciones Macchi, 2003, p. 137.

El proceso de tratamiento que la noticia impone, obliga al editor a identificar las intenciones de la fuente, verificar sus intereses, aclarar su dirección. Tiene la responsabilidad de proveer de una información consistente (transparente para el lector), debe ofrecer una información completa y descontaminada de apreciaciones sutiles o sesgadas. Ello significa trabajar con la fuente que emite esta información y confirmarla con otras versiones; ubicar la intencionalidad y explicitarla hasta transparentarla completamente.

En el trabajo desarrollado sobre las informaciones sin confirmación, la revista publicó los temas transformando el lenguaje. En un principio, inducía a difundirla usando el condicional. El trabajo en torno a ellas condujo a evaluar nuevos giros que la convirtieron en informes desde diferentes ópticas.

Éstas fueron informaciones que pasaron a la sección de Especiales, en las cuales se publicaban temas de actualidad.

Otro porcentaje de información sin confirmar no servía por inconsistente, pero su difusión monocrorde en los medios masivos nos dio insumos para alimentar la sección Defensa del lector, que surge precisamente por la fuerte dotación de informaciones fabricadas que movieron las primeras planas de los diarios masivos. En la construcción de consensos, voluntaria o involuntariamente, ingresaban todos los medios masivos al calificar el hecho como noticioso y colocarlo en primeras planas. Construían la agenda en el imaginario social, convirtieron en prioritarios temas como los líos con la ex primera dama Eliane Karp, los amores de Toledo con la agente de seguridad Lady Bardales, sucesos no comprobados. Los medios exponían hechos escandalosos “sostenidos” por la jerarquía de sus actores.

#### 7.4.4.1 *El uso del condicional*

El condicional proyecta la posibilidad de que el hecho se verificará en tiempo futuro. La demanda de información obliga a su difusión en estas condiciones, usando el condicional. Este concepto o conocimiento es manejado en todos los medios cuando una noticia no ha sido confirmada, pero su valor informativo es innegable.

En nuestro caso, por el estilo de la revista, estas informaciones se transformaron en informes de Especiales; o, por la intencionalidad oculta, intrínseca, fueron destinadas a la Sección Defensa del Lector: la noticia maliciosa, con un análisis de contenido.

Veamos una utilización con la lógica informativa. ¿Cuándo tiene un uso legitimado por la necesidad?

El contexto mediático nos provee de ejemplos:

La República 27/4/2006

“JNE no tendría personal idóneo”

El Comercio 30/4/2006

“Homicidio de empresario habría sido por encargo”

Perú 21 23/7/2006

“Venta de vehículos nuevos crecería 30%”

“Artesanía local se vendería en Filipinas”

Perú 21 25/7/2006

“Se reducirían agregadurías”

“Chile adquiriría más aviones de combate”

Estos titulares enmarcan la legitimidad y correcto uso del verbo en condicional porque en su contenido desarrollan probabilidades que los colocan en proceso de confirmación.

En cada uno de ellos, el contenido de la noticia explica la necesidad de usar un condicional. Éstas son sus condiciones valorativas que la respaldan:

- 1.- La secuencia organizada de los datos estructura una validez próxima a confirmarse.
- 2.- La información está por oficializarse.
- 3.- La fuente no quiere aparecer pero la noticia es relevante. Hay hechos que confirman su veracidad.
- 4.- Es consistente. Transparenta la necesidad de difundirse.

Los ejemplos planteados muestran el uso del verbo en condicional en completa legitimidad. Es un estilo recurrente e intensivo. El uso correcto sin ingresar al terreno de la ambigüedad lo tenemos en el siguiente ejemplo:

“Policía presume que cuerpo encontrado descuartizado **sería** de mujer desaparecida”

La misma noticia contiene elementos que obligan al uso del condicional; ésta sería próximamente confirmada por las pruebas de ley en curso, las que requieren de un tiempo para cumplir el proceso de los análisis necesarios.

La noticia no puede esperar pues tampoco hay factores que se contrapongan en ella, ni versiones disímiles. Entonces su uso está justificado, según los marcos metodológicos antes expuestos. Sin embargo, en la revista se propugna un estilo interpretativo de información que va acompañado de notas adicionales que la complementen. Se enfoca por otros aspectos y el verbo en condicional se transforma, aunque no se puede soslayar el contexto de conjeturas que provoca. Damián Fernández Pedemonte, en *La violencia del relato*, desarrolla un análisis de las noticias policiales, con el propósito de demostrar el nivel de representaciones que tienen en el sentido común estas noticias cargadas de suposiciones. En este texto realiza un cuadro anexo al

capítulo cuatro, en el que expone fuentes, noticias en condicional, certidumbres e incertidumbres presentes en el discurso periodísticos.<sup>83</sup> El uso del condicional en el relato de las noticias policiales es una constante que involucra a diversas fuentes, e incluso el mismo periodista se convierte en fuente. Aunque el autor no se detiene en la función que cumple el verbo en condicional en la noticia, nos brinda un panorama de su utilización, naturalizado como instrumento, como lenguaje periodístico que a la larga tiene efectos sobre la conciencia: “Los diarios se convierten en un foro donde cada sector -la policía, los políticos, los vecinos- siembran dudas. Y en medio de este terreno resbaladizo de rumores, inexactitudes, que en su hipótesis central, acierta”.<sup>84</sup>

Otro autor que menciona el uso del condicional es Patrick Chraudeau como: “un procedimiento que indica una distancia frente al valor de la verdad de la información”.<sup>85</sup>

Con las técnicas de la contrapregunta, las explicaciones del caso, el contexto y las secuencias que provoca el miedo, el material policial es convertido en un informe. El uso profuso de este verbo en los medios nos describe el estilo de un periodismo pasivo. Su trayectoria transgrede el horizonte mediático.

#### 7.4.4.2 *El ámbito de ambigüedad*

Entre el uso correcto y el uso instrumental del verbo en condicional se abre un ámbito de ambigüedad, espacio que oculta el tipo de intencionalidad. La información publicada en condicional puede o no contener una intencionalidad malévola. Este hecho provoca un ámbito de ambigüedad, implícito en el tratamiento de la información. En ese espacio se albergan las justificaciones.

Una acumulación de subjetividades concentra el tratamiento informativo.

---

<sup>83</sup> FERNÁNDEZ PEDEMONTÉ. Óp cit., pp. 196-239.

<sup>84</sup> FERNÁNDEZ PEDEMONTÉ. Óp cit., p. 246.

<sup>85</sup> CHARAUDEAU, Patrick. *El discurso de la información. La construcción del espejo social*, España, Gedisa, 2003, p. 169.

Manejarlas califica el profesionalismo periodístico. El control de la intencionalidad significa tener conciencia de las condiciones personales con las que se lleva a cabo el manejo de la información. Ello nos permite transparentar el enfoque, el énfasis o el ordenamiento de los sucesos, jerarquías que suman técnicas basadas en un concepto de noticia internalizado en el periodista.

El control de la intencionalidad define una línea de trabajo entre los juicios de valor y los juicios de hecho al ordenar, y seleccionar los sucesos y elegir las fuentes. Aunque existe un grado indivisible, mirar con lucidez los juicios de valor como opiniones, permite calificar los hechos a partir de una posición, de un matiz ideológico; incluso, medir el peligro de caer en la especulación, pues ubica el juicio de valor en su sentido subjetivo. Es importante entenderlo; ocurre desde el momento en que el periodista enfrenta su fuente. El manejo conciente de esta valoración genera la distancia requerida para el trabajo.

El juicio de hecho es una herramienta periodística. El periodista se sujeta a los juicios de hechos, desarrolla su trabajo con la mirada puesta en cada dato de la ocurrencia, deja poco espacio a la imaginación, evita caer en la especulación. Los juicios de hechos son instrumentos que desarrolla el periodismo interpretativo, indispensable ahora en la prensa escrita. La interpretación se ciñe a los hechos, se dirige hacia antecedentes; y contexto, reflexiona sobre las consecuencias. En el manejo de estos dos ámbitos: el juicio de valor y el juicio de hechos, nace la lucidez informativa. Una herramienta clave en ella es el control de la intencionalidad.

El control de la intencionalidad transparenta la ambigüedad, al marcar diferencias entre juicios de valor y juicios de hechos<sup>86</sup> en el manejo de la información; construye

---

<sup>86</sup> VAN DIJK, Teun, *La Noticia como discurso. Compresión estructura y producción de la información*, Buenos Aires, Paidós, 1990, p. 126. El autor considera que debajo de estas nociones subyace el



enfoques sujetos a su sentido de transparencia. Su principio es informar; por tanto, debe cuidar de reducir daños si es que la información contiene indicios de perjuicio.

Al trabajar los materiales publicados para la sección Defensa del Lector, descubrimos una serie de justificativos en su construcción como noticia. Un condicional que afecta la imagen de alguien contiene una intencionalidad malévola (encierra intereses), esconder esta intencionalidad genera justificativos.

El apresuramiento, la urgencia del cierre y la velocidad del trabajo son justificativos que crean un espacio dudoso en la intencionalidad: de informar o de dañar, se ingresa al ámbito de la ambigüedad, al decidir la difusión de una información sin confirmar, que no ha sido suficientemente trabajada ni mantiene el equilibrio necesario pero sí contiene un buen potencial de escándalo.

La obligación de un medio con su público es brindar la información completa, de modo que éste pueda sacar sus propias conclusiones. De lo contrario, se pisa el terreno de la manipulación. Al omitir, sesgar, falsear o tergiversar, se vulnera el componente ético de la profesión, imperativo ineludible en este caso.

En ese ámbito de ambigüedad se amparan las transgresiones a las convenciones periodísticas; se esconde la intencionalidad, el sesgo e, incluso, compromisos adquiridos, intereses y conveniencias ajenas a la función informativa.

Un método de trabajo que nos permitió observar estilos que contradicen el objetivo periodístico fue el contrastar nuestras informaciones con las de algunos diarios. Los resultados se plasmaron en un buen material para la sección Defensa del Lector.

#### 7.4.4.3 *El verbo instrumental*

El verbo en condicional con sus principios y método de uso<sup>87</sup> surge como alternativa de difusión frente a una información interesante para el público, imposible de esperar su confirmación oficial. Resultó una de las dificultades en el trabajo informativo. El lenguaje es el instrumento fundamental del que se sirve el periodista. Su manejo está orientado a cumplir el objetivo de informar, encuadrado en las técnicas de redacción periodística.

Estas mismas técnicas protegen de crear espacios de ambigüedades. Es precisamente, el manejo de las técnicas de redacción periodística el que impide la ambigüedad. El lenguaje periodístico requiere claridad, es conciso, preciso. No hay forma de concebir un lenguaje periodístico ambiguo.

Los espacios de ambigüedad esconden una intencionalidad oscura, mantenerlos o propiciarlos delata a los profesionales como operadores de intereses. La intencionalidad determina su manejo. Hay quienes pueden incluso usar la entrelínea, las tergiversaciones para provocar connotaciones. Son las deformaciones de una concepción informativa alimentada por intereses, delata una constante fabricación de noticias. El más sutil de los mecanismos de presentación es el uso del condicional. Se convierte así en un verbo instrumental.

La información de fuentes con este estilo (informaciones imprecisas: sería culpable de robo, estaría involucrado en actos de corrupción, sería terrorista, sería

---

<sup>87</sup> En el periodismo existen códigos propios para enmarcarla. Su utilización protege de cualquier interpelación legal debido a que con él no se afirma ningún hecho. El sistema lingüístico valida la legitimidad del uso del verbo en condicional en cualquiera de sus dimensiones lingüísticas. El verbo en condicional es un accidente verbal; corresponde a modos y se define así: son las diversas formas en que se expresa la significación del verbo, y son cinco, cuatro personales y uno impersonal. Los modos personales son el indicativo, **el condicional**, el subjuntivo y el imperativo. El modo impersonal está formado por el infinitivo.

El indicativo expresa la idea de una manera real y objetiva, **el condicional lo indica como posible**, el subjuntivo lo presenta como un deseo o subordinado a otro hecho, el imperativo como un mandato

delincuente) presentaba noticias aparentemente novedosas, muy bien preparadas y organizadas con aparente sustento. Al evaluarlas, resultaban con poco peso, un enfoque escandaloso, datos difusos; el contenido no guardaba equilibrio con la dimensión creada en los medios. La inconsistencia fue su mejor atributo.

El equipo había concluido por desechar los materiales de coyuntura, principalmente aquellos sin confirmación. Desde la lógica de servicio, observamos el tratamiento que los medios en general daban a estas informaciones. Descubrimos su función y su utilización,<sup>88</sup> especialmente, cuando los prestigios de políticos y personalidades intelectuales y académicas se expusieron. No importaba si después se aclaraba, el daño ya estaba hecho, en el imaginario quedaba fijada la información tendenciosa.<sup>89</sup>

La observación del tratamiento en el contexto mediático propició pautas para la elaboración de un material que transparentara la intencionalidad<sup>90</sup> de un profesional aparentemente pasivo (solo sigue la línea indicada por la fuente). En el proceso de producción afloraban dos niveles en acción: el consciente y el inconsciente. Visiones y concepciones. Imaginario y mentalidades. El estar de acuerdo con la fuente y el manejo de las secuencias sin contar con las herramientas de protección configura una nota sujeta a las razones de la fuente, en el mejor de los casos.

Por otro lado, el periodista que toma la información y la redacta sin cumplir con las técnicas propias del periodismo y el editor que le da pase a pesar de ello, ambos,

---

<sup>88</sup> ROJAS, Clara. “La hegemonía del temor”, *Énfasis*, 3 de setiembre de 2006, 12:00 h, <[www.enfasisperu.com/Html/cr\\_hegemoniatemor.htm](http://www.enfasisperu.com/Html/cr_hegemoniatemor.htm)>. En este ensayo, escrito en 1999, se proyecta la manipulación de los medios en un círculo de ocurrencias que aún no habían sido probadas como después ocurrió con el destape del “vladivideo” Kouri-Montesinos en setiembre del 2000.

<sup>89</sup> Fue el caso del pintor que allanaron su casa, un enjambre de policías y periodistas, encontraron unos maceteros con marihuana para su uso doméstico. Mientras tanto, la corrupción se extendía a todos los ámbitos políticos, sociales, económicos, mediáticos. De ripley. Esos grandes destapes esconden, ocultan la otra cara.

<sup>90</sup> El material tiene correspondencia con los trabajos realizados para la sección Defensa del Lector.

caen en un ámbito de ambigüedad. Lo visible es su utilización, con un objetivo que, al impactar en los medios en el mismo estilo, se vuelve en nociones de consenso. Producía un sentido común por la profusión de las primeras planas. El perfecto manejo de los efectos a corto y largo plazo, nos hacía suponer una dirección especializada detrás de todas estas campañas que auspiciaban el uso del verbo en condicional. Lo evidente se presentaba como hechos con la apariencia de noticiosos.

En ese ámbito de ambigüedad, entre el uso correcto y el contaminado, el condicional se convierte en un verbo instrumental, sirve a fines ocultos. Detrás de la función de informar, su uso expresa una lista de factores que lo condicionan.

Da cabida a informaciones sin pruebas. La información se basa en una sola fuente. No hay pruebas. Son simples apreciaciones, se fundamentan en versiones que presuponen. Están basadas en prejuicios. Estos presupuestos no sirven en un medio serio. Las percepciones son muy particulares y contienen los fantasmas propios de la persona que los emite.

Si aun así son publicados, contienen un matiz de intencionalidad, ciertamente, no se está afirmando con el condicional; pero el solo hecho de publicar una noticia en condicional ya provoca efecto sobre la audiencia.

Bajo el uso del verbo en condicional se coloca la defensa del redactor, del medio y de sus directivos; se protege detrás de él una gama de intenciones. Este método lo libera de juicios o demandas legales. La noticia se difunde como una situación posible que no involucra una afirmación. En términos legales no hay delito. No hay una afirmación categórica que comprometa al periodista y a su medio.

Los efectos son otros en el público. Aunque no se afirme un suceso, el solo hecho de plasmarlo como noticia, aun en condicional, ya genera efectos inmediatos y de largo plazo en la audiencia. Al salir en los diarios, el rumor se vuelve verdad.

En la década del 90<sup>91</sup> fue evidente su uso como verbo instrumental cuando los periódicos “chicha” organizaban la agenda de los medios con destapes sin confirmar, involucrando prestigios y honras en escándalos con vedettes, drogas. El ampay se transforma en un “estilo periodístico”. Cortinas de humo o circo para entretener a la platea. Aunque se sustentaran en declaraciones basadas en apreciaciones personales. Ser eco o propiciar opiniones sobre el tema entrañaba una intencionalidad.

En este mismo estilo se pretendió desprestigiar el trabajo de la CVR, el más importante esfuerzo por conquistar la memoria desde los afectados. Los miembros de ella fueron acusados de tener vínculos con terroristas.

El manejo sutil del verbo instrumental permitió también levantar figuras y en este círculo homogenizador participaron todos los medios.<sup>92</sup> El uso del verbo en condicional ha sido profuso, especialmente en 1999, etapa electoral que propició una sinfonía de rumores; se convirtió en el más utilizado estilo periodístico.

Aun cuando los destapes de corrupción desenmascararon la dirección de estas campañas de demolición, de 2003 a 2006, su uso continúa vigente según la oportunidad e, incluso, propiciada por los mismos actores del régimen de Fujimori.

Un ejemplo que muestra en detalle cada uno de estos argumentos es el caso de la ex primera dama Eliane Karp, quien fue sometida a las más duras críticas periodísticas en todo el gobierno de Toledo, las que continuaron naturalizadas por la costumbre en el gobierno aprista. Es importante remarcar que la noticia debe estar por encima de las simpatías, pues detrás de lo controvertido del personaje se justifican las campañas de demolición.

En medio de esta batahola, el ex congresista de uno de los grupos de Fujimori,

---

<sup>91</sup> Este método de uso del verbo condicional está vigente, una utilización exhaustiva se dio en la década del 90, con menos intensidad ha continuado hasta estos días.

<sup>92</sup> Este tema será ampliamente expuesto como problema de la experiencia.

Luis Delgado Aparicio, declara para La Primera vinculándola sentimentalmente con el dueño de las discoteca Utopía, Alan Azizolahoff. Delgado Aparicio es la fuente y se mueve por todo aquel que le dé espacio. Este material tuvo rebote y movió el ambiente con gran profusión.

Son claramente visibles las dimensiones que lo enlazan con la intencionalidad de demolición. Aplican el método del bombardeo. Todos los días los medios sacan informaciones sobre el mismo personaje vinculándolo a diversos hechos dolosos, clara muestra de una campaña de demolición. Como dice Miguel de Moragas Spa, la repetición es el mecanismo capaz de imprimir en los consumidores el nombre de una marca; su fundamento teórico lo hallamos en la teoría de los reflejos condicionantes de Pavlov.<sup>93</sup> Es un viejo método aplicado en comunicación política como estrategia de los voceros partidarios.

El tratamiento de La Primera es un ejemplo: ¿Cómo se jerarquiza la narración? ¿Cuál es el enfoque que se ha elegido? ¿A qué intención responde el ordenamiento de los sucesos? ¿Cómo se estructura la noticia? Los recursos técnicos que se usan. ¿Qué enfatizan y qué excluyen? Las variables de nuestro análisis de contenido se enmarcan en los principios técnicos y éticos antes expuestos.<sup>94</sup>

El tabloide pone una llamada en la primera plana y le otorga un gran espacio en la página 5, Política: edición del 18 de agosto de 2006.

Titular: Karp es acusada de ser socia del dueño de Utopía

Subtítulo: Delgado Aparicio incluso asegura que ella fue pareja de Azizolahoff y por eso lo protegió.

---

<sup>93</sup> DE MORAGAS SPA, Miguel. *Semiótica y comunicación de masas*, Barcelona, Ediciones Península, 1976, p. 163.

<sup>94</sup> DE MORAGAS SPA, Miguel. Óp. cit., p. 135. El autor desarrolla un modelo de análisis de contenido combinando el método cuantitativo con el asociativo.

Esta información se sustenta con el verbo en condicional en el interior de la noticia:

“La ex primera dama de la Nación, Eliane Karp de Toledo, **habría** protegido al empresario Alan Azizolahoff para que no sea incluido en el proceso judicial por la muerte de 29 jóvenes en el incendio de la discoteca Utopía, porque fue su pareja sentimental, manifestó el portavoz de los padres de las víctimas, Luis Delgado Aparicio”.

En el segundo párrafo detalla el periodo en que fue su “**amiguito**”, de 1995 a 1999, y las circunstancias en que se hace pública esta relación.

Y en el tercer párrafo, sin más pruebas, salvo comentarios como indicios, sospechas y presunta responsabilidad, la misma fuente afirma que **sería** socia de sus casinos y tragamonedas. La sociedad comercial, sugiere la fuente, existiría desde antes de que Alejandro Toledo llegara al poder. Pero, pese al tiempo que señala, no muestra ningún elemento que sustente su afirmación.

La organización de los sucesos otorga el primer nivel de jerarquía al elemento de vínculo amoroso y comercial entre el personaje en cuestión y la ex primera dama. La posición social del personaje noticioso justifica la entrada. El escándalo vende.

La estructura de la noticia se basa en una sola fuente. Este estilo de información basado en la percepción de una sola fuente, conocido por sus recurrentes faltas a la verdad, sustentó gran parte de difusión informativa destinada para demoler a la oposición de Fujimori a fines de los 90.

En esta información sobre la ex primera dama, el periodista responsable no indagó en otras fuentes, tampoco midió la intención de lapidar evidente. Toda la noticia está sostenida en las percepciones del ex congresista fujimorista; obvia los recursos técnicos como cruce de información, búsqueda de otra versión, indagación en fuentes directas

que confirmen o nieguen el hecho. Excluye elementos que equilibrarían la información, así sustentarla con un manejo profesional.

El enfoque está en el valor de escándalo, de detalles de la vida privada. Más allá de ser verídicas o no, tienen el ritmo de la banalidad que ha construido la información de las últimas décadas.

El énfasis que se da al vínculo amoroso se manifiesta en el tratamiento de la noticia que otorga más espacio a este aspecto. El personaje en la mira, la ex primera dama, contiene un nivel de jerarquía seductor. Sus vínculos “sentimentales”, aun cuando pertenecen a un pasado lejano, emergen en el presente como hecho noticioso. La ex primera dama tuvo un “amiguito” a quien protegió desde el poder. Una entrelínea sutil se fija en el receptor: el vínculo está vigente, todo el periodo de gobierno lo mantuvo bajo su protección. La prueba de su relación es que estuvo acompañada por este personaje cuando denunció la desaparición de su esposo en la comisaría de Chacarilla del Estanque el 16 de octubre de 1998. No hay más pruebas de su relación amorosa.

Se mueven estereotipos. En el imaginario social se activa el estereotipo de gringa europea liberal. Entiéndase “liberal” como fácil de establecer relaciones amorosas aun siendo casada. Este modelo de desprestigio es reiterativo. Anteriormente se la vinculó sentimentalmente con el Gerente General del Banco Wiese, Antonio Bertini, quien fue acusado de abrir varias cuentas a Montesinos y estuvo en la mira mediática buen tiempo. El concepto de noticia con el mismo tratamiento es recurrente. Miguel de Moragas concluye al respecto: “estas entidades culturales son, como nos descubrirán el análisis de contenido, elementos de significación, ítems, con las correspondientes asociaciones que constituyen una red de interpretación del mundo”.<sup>95</sup>

La noticia apela al prejuicio. La xenofobia se incentiva en una sociedad

---

<sup>95</sup> DE MORAGAS SPA, Miguel. Óp cit., p. 135.



caracterizada por ser muy discriminadora. Se exagera el temor a lo diferente.

La relación amorosa se enlaza con la sociedad comercial: son socios en casinos y tragamonedas, las pruebas: los rumores que circulan en cierta dirección pública (Ministerio de Transportes), desde donde se emiten las licencias de funcionamiento para casinos.

Se trata de un mecanismo que nos lleva a recordar que la pareja presidencial Toledo-Karp declaró su segundo matrimonio como una sociedad.

Otra presunta prueba de la intervención como fuente de poder: la apertura de un proceso penal contra Azizolahoff, ordenada por la Quinta Fiscalía Superior, después de que Toledo dejó el poder. El código de Ética del Colegio de periodistas dice:

Un periodista escrupuloso tiene como deber comprobar cuidadosamente todos los hechos y eventualmente renunciar a la publicación de una información dudosa y especialmente si éstas deterioran la reputación de algún personaje.

Nada de este principio fue tomado en cuenta por el redactor, el jefe de informaciones ni el editor, lo que configura un periodismo pasivo, un simple repetidor de la fuente; así falta a su función de mediador, como lo llama Jesús Martín-Barbero<sup>96</sup>.

En la etapa pos Fujimori, los medios intentan erigirse confrontados con el poder y levantan una valla crítica al gobierno de Toledo, aspecto que sería conveniente sino se recurriera a un estilo de información difamatoria. Este tipo de información se mezcla con otras sí serias como las denuncias que sirven de control al desmedido poder de los presidentes y su entorno. Siembran dudas, debilitan las denuncias sustentadas que sirven de control sobre los poderes del Estado.

El uso del verbo en condicional en las situaciones expuestas, con serias limitaciones técnicas, es un recurso intencional con un único objetivo: demoler. El

---

<sup>96</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones: Comunicación cultura y hegemonía*, México, 2001.

periodista se convierte así en un instrumento del medio o de la fuente. Los indicios o sospechas basadas en rumores o percepciones sesgadas no sirven como material periodístico.

El caso de la ex primera dama, Eliane Karp, es un ejemplo. Esta noticia, con los datos que encierra en su contenido, es un modelo de cómo no se debe escribir una información: no hay más fuente que la percepción de una persona, el periodista maneja la información carente de consistencia sobre la salida del mencionado fugitivo, procedimiento simple de comprobar. No fueron verificadas otras fuentes (testigos) que confirmen la relación amorosa entre ambos. Tampoco hay pruebas o evidencias de la sociedad comercial que allí se menciona. Sin embargo, el daño sobre la imagen es un tema repetitivo, caracteriza a una sociedad alimentada de rumores.

Este estilo de redacción se ha institucionalizado en el ambiente periodístico. Se podría tomar como información elaborada por un principiante si no cruzara los estamentos jerárquicos de una redacción antes de ser publicada. La información pasó del redactor al jefe de página, al jefe de informaciones, el jefe de redacción y al editor. Varios niveles de revisión que indican la costumbre de obviar las técnicas profesionales, el valor informativo y la ética como principio. Se dio prioridad al escándalo, a la trivialidad del suceso, por decir lo menos, porque la intencionalidad contra la esposa del presidente fue marcada desde un inicio por la mafia representada y concentrada en los fujimoristas.

Entre 1999 y 2000, el uso del condicional fue profuso. El verbo en condicional tuvo un uso instrumental y ha sido desprestigiado. Los medios masivos lo evitan, constriñen su utilización a notas informativas con elementos próximos a confirmar, como debería de ser éticamente. Otros intentan el reciclaje:

La Primera 31/7/2006

¿Desfalco en la CVR?

o lo que sería lo mismo en condicional

La CVR habría desfalcado

La información en un medio escrito como La Primera deja de lado a los aludidos y se ciñe a la fuente oficial, en manos del partido aprista, cuyo líder máximo, Alan García Pérez, fue señalado por la CVR como culpable y responsable de la masacre de Cayara<sup>97</sup> (encontraron fosas comunes de campesinos) y de la matanza en la isla penal de El Frontón, durante su primer gobierno. El tabloide informa según sus cortinas ideológicas<sup>98</sup>. Obvia la intención de las fuentes oficiales, interesadas en desprestigiar a la CVR. Una vez en el poder, Alan García y sus partidarios, incluyendo a otros partidos también involucrados en denuncias, esgrimieron todas sus facultades en contra de la CVR. Balandier (1992:24), explica: “Convierten por un tiempo la escena política en un teatro trágico, puesto que la clave del drama es la muerte física o moral de aquellos a quienes el poder acusa en nombre de la salvaguarda de la forma y de los valores supremos de la sociedad”.<sup>99</sup>

Nuevamente, se repite el estilo con los mismos elementos y la misma estructura en la organización de los sucesos. Sin contexto, la información está sesgada. El facilismo, la inmediatez, la rapidez del trabajo funcionan como justificativos a una dinámica que se ha convertido en rutina.

Trabajar con el verbo en condicional requiere sujetarse a un marco profesional,

---

<sup>97</sup> El tema de Cayara sigue vigente por las denuncias de los sobrevivientes. Ocurrió en el primer gobierno de Alan García, cuando el ejército entró a este pueblo y mató a 50 campesinos, entre ellos, mujeres, niños y ancianos. Los sobrevivientes denunciaron el hecho ante Alan García, quien se presentó en la zona prometiendo investigar y castigar a los responsables, poco después, los testigos fueron desapareciendo. También murieron. El Juez que examinó el caso se exilió. Y todo este testimonio figura en las páginas del informe de la Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR).

<sup>98</sup> Asumimos que es inconsciente el manejo de la información.

<sup>99</sup> BALANDIER, George. *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*, 1992.

principios, cualidades y técnicas en el manejo del lenguaje. Ajustarse a ellos permite sustraerse de mecanismos peligrosos que descalifiquen al periodista, con el consecuente desprestigio del gremio, propiciando espacios de desconfianza justificados.

El condicional como verbo instrumental construye representaciones en el imaginario social; su emisión adquiere una dimensión de realidad muy fuerte; la fuente ostenta una poderosa ubicación en el medio en el rol de emisor, los actores cuestionados no obtienen el mismo espacio, en el mejor de casos, pues en la mayoría de veces simplemente son ignorados. En estas informaciones se apela al prejuicio, a estereotipos, y se alude a una gama de concepciones sociales para dar al mensaje un valor inapelable de verdad.

#### *7.4.4.4 El escenario de presión*

En un ámbito de ambigüedad, la utilización del verbo en condicional lo transforma en un instrumento de presión, escenifica los intereses que se mueven en la sociedad, y se exponen abiertamente en los medios.

Los atributos y valores de la noticia, la presión por el espacio quedan en un segundo plano. Veamos un ejemplo de presión:

Aldo Mariátegui y Lucia Puccinelly escriben en Correo la columna Chiquitas. El 12 de septiembre de 2006 abren la columna con esta nota:

“Feo rumor

Corren intensos rumores respecto a que una actual ministra **habría tenido** en el pasado una relación sentimental nada menos que con un acusado de narcotráfico de origen extranjero. Dicen que el tema va a estallar pronto. Esperemos que no sea cierto”.

La nota sale en un contexto muy movido por noticias de control sobre funcionarios públicos. Entre ellas, la exigencia de reforma del Poder Judicial por las denuncias de corrupción en su seno, impelía la presencia firme de la ministra de Justicia,

María Zavala Valladares para enfrentar a sus colegas; las incursiones de la ministra de Trabajo, Susana Pinilla, en importantes empresas que no cumplen con las normas de trabajo. Los agudos problemas de seguridad ciudadana en la cartera de la ministra del Interior Pilar Mazzeti, etc. El contenido de presión y amenaza se hace evidente. Se dirige a una pero afecta a varias.

Dicha información tuvo fuerte rebote en los medios. La Ministra se vio obligada a responder, debilitada y más enfocada a temas personales que en las necesidades del país. Una entrevista en *Caretas* de esa semana muestra el deslinde y las aclaraciones obligada a dar. Un rumor propició este despliegue informativo. Coerción, presión, chantaje.

¿Son los atributos que validan su difusión? Está claramente establecida la función que ejerce el uso del verbo en condicional en este ámbito político, donde se convierte en instrumento utilizado para presionar, desprestigiar o derrumbar. Las informaciones sin confirmar han sido sometidas a una secuencia antes mencionada para darle relevancia.

Las concepciones, los conocimientos y los intereses se imbrican en la función del editor para dar pase a las informaciones difundidas; marcan las pautas institucionales del medio en la cobertura de un tema.

Las visiones inducen a decisiones y se plasman en políticas informativas. El análisis de Víctor Peralta sobre el manejo de la información en la época de la violencia provocada por Sendero Luminoso describe la función de los editores. Afirma en su texto que *El Comercio* trasladó estas informaciones a la sección policial al considerarlo grupo delincuencial. Sus concepciones generaron un tratamiento de la noticia desde la perspectiva policial, otorgando un valor indiscutible como fuentes a las informaciones

emitidas por la Policía y los militares.<sup>100</sup>

Este concepto propició un tratamiento de la noticia que restó valor y minimizó la presencia en sus páginas de informaciones sobre la violencia en el Perú. Dar cabida solo a las versiones policiales conducía a ignorar las denuncias de las víctimas de los militares. Los afectados fueron invisibilizados como fuente de información, lo que sumó discriminación, ocultamiento, desigualdad informativa y negación de la existencia de otras naciones.

Lo que se queda en mesa y lo que sale se enfrentan a un sistema de mecanismos centrados en la edición. Por ello, es más evidente el condicionamiento de instrumentalidad que tiene el verbo en condicional cuando no cumple con los atributos institucionales de la función de informar.

Para la revista, el material sin confirmar es sujeto de un tratamiento exhaustivo. El carácter de importancia como bien público define al medio.

Otro material transformado y destinado a la sección Defensa del Lector fue la versión que circuló en todas las redacciones: “Fujimori volvería al Perú”

Sus fuentes aseguraban que ya estaba en camino. Sin embargo, una revisión rápida a su situación judicial indicaba que volvería para ingresar a la cárcel, hecho que estaba muy lejos de su personalidad. Para la revista, esta información no contenía un peso específico sino un motivo más para aludir sus transgresiones y la deuda pendiente con la población. Su pragmatismo característico negaba la posibilidad de que volviera para asumir su responsabilidad política. De volver, a Fujimori simplemente le esperaba la cárcel. Las acusaciones de delitos que enfrentaba lo colocaban directamente detrás de las rejas.

---

<sup>100</sup> PERALTA, Víctor. *Sendero Luminoso y la Prensa 1980-1994. La violencia política peruana y su representación en los medios*, 2000, p. 32.

Sin embargo, las páginas de los diarios, las emisoras y los canales de TV se explayaron con el regreso de Fujimori en amplios espacios. Hubo entrevistas a personalidades políticas, intelectuales, de la farándula. No había quién se salve de ser requerido para declarar sobre el tema. Lo curioso es que los medios hegemónicos en conjunto (radio, TV, prensa escrita) no incluían a juristas en esta cobertura para aclarar la situación judicial del personaje, aspecto indispensable en la cobertura, difícil de soslayar para un editor.

Esta noticia se mantuvo vigente durante un mes, Fujimori no llegó al Perú sino a Chile. Pero movió el ambiente mediático con fuerza en plenas elecciones. Historia muy favorable para propiciar la difusión de sus candidatos. Una presencia oportuna para promocionar a su agrupación. Bastaba con colocar un contexto jurídico y la noticia perdía sentido. Obviar el contexto es peligroso, corta la secuencia informativa, rompe la memoria sobre el suceso.

La selección que se hace de la secuencia noticiosa contiene una intencionalidad que dirige la jerarquía de un suceso en su difusión. Puede escapar a las posibilidades de un redactor, pero el editor lo detecta inmediatamente.

Esto sucedía en plena campaña electoral en noviembre de 2005. Los candidatos de Fujimori buscaban hacer noticia. Su capital electoral se mantenía en 15 por ciento pese a los destapes de corrupción. El mito de que “Fujimori no robó, el culpable fue Vladimiro” sustentaba a ese 15 por ciento. Luego vino la noticia de la novia japonesa. El tema fue seguido como si se tratara de una estrella de la farándula.

El verbo instrumental se solapaba entre los bastidores mediáticos; producía un efecto multiplicador contundente con su rebote en diversos medios, ejercía un efecto de presión eficaz. En esta producción mediática, toda la fuerza simbólica del discurso recordaba a un personaje glorificado, frío y pragmático. Nuevamente, la idea de que se

necesitaba mano fuerte en el Perú emergía entre líneas en las informaciones. Surgía la paradoja entre dos perfiles: Toledo, blando; Fujimori, duro. Los medios rememoraban las mejores épocas fujimoristas.

El bloque homogéneo formado por los medios masivos abría espacios para estas noticias con el mismo estilo expuesto. Ninguna agrupación tuvo tanta acogida en todos los medios como la de los candidatos fujimoristas. El tema mejor usado para mantenerlo en escena fue el supuesto regreso de su líder al país. Todas las primeras planas, las pantallas, las emisoras abrieron con esta noticia y la mantuvieron vigente durante buen tiempo. Hecho insólito cuando los temas cambian con la velocidad de la luz.

El enfoque de las notas se refería a la llegada de Fujimori, aunque se presentara como una posibilidad. El resto de la información aludía a la campaña que llevaban a cabo sus seguidores.

**Jerarquía.-** Las informaciones otorgaban grandes espacios a este tema, tanto a nivel de ubicación como espacial. La relevancia que daban al tema no dejaba dudas.

El énfasis estaba en la imagen retadora del prófugo. Se expresaba en los grandes espacios otorgados a una imagen cuidadosamente “impecable”. Las fotos aludían el poder alcanzado, la imagen prevalecía en la cobertura.

**Imaginario.-** Se imponía en el ámbito social un tema de discusión que cruzaba las conversaciones, los foros, los diálogos. La agenda estaba colocada por los medios en los espacios públicos y privados.

**Selección de entrevistados.-** Estaban a la orden de los medios para declarar sobre el regreso de Fujimori, sus candidatos, principalmente, y gente ligada a sus agrupaciones.

En un análisis de las probabilidades de su ingreso al país se concluía que llegaría para ser detenido, lo que significaba un absurdo en un personaje reconocido por ser



sumamente calculador y que adolecía de capacidad para asumir responsabilidades.

Conscientes o inconscientes, los periodistas se convirtieron en instrumentos de los intereses de Fujimori. Keiko, su hija, resultó ser la más votada. Mientras tanto, se hacía sentir el surgimiento de las provincias, especialmente en el sur, con su aplastante voto antisistema. No estaban consideradas como focos de informaciones, salvo en estadísticas, convertidas en un número como los más pobres.

Detrás del concepto de noticia se generó una inusitada apertura a los voceros fujimoristas. El tono benevolente de las entrevistas para un grupo inmerso en las redes de la corrupción creaba un ámbito de ambigüedad en los medios.

Los espacios otorgados, la jerarquía, el tamaño, dimensionaban al tema una importancia que estaba lejos de tener. Finalmente, ocurrió que Fujimori no llegó al Perú, pero los medios lo mantuvieron presente todo ese tiempo.

Como medio, la revista se convertía en testigo de este inusitado evento en el que la memoria de los peruanos sobre la corrupción estaba empañada por la vorágine noticiosa de las primeras planas. Algunos medios de circulación nacional cumplían muy bien su papel como escenarios de presión y operadores de control social. En el discurso noticioso se hacía presente el condicional como la puerta de escape a los posibles desmentidos.

Nuestra narrativa, sujeta a los hechos, desdeñaba lo novedoso del tema para enfocarse en evaluar las posibles amenazas que atemorizaban a Fujimori al arriesgarse a volver.

El contexto mediático analizado muestra la velocidad e inmediatez como justificativo para usar el condicional, fácil de superar si hubiera profesionalismo y menos intencionalidad. Este justificativo no libera de convertir el verbo en instrumental, en sintonía con fines poco transparentes.

El periodista pasivo, que transmite información sin procesarla de acuerdo a las normas de su trabajo, se convierte en instrumento. Este estilo de difusión en el manejo de la noticia ha construido un denominador común en los medios, que imponen sus intereses propios con el objetivo de un control social. Los medios son convertidos en escenarios de presión y los periodistas en instrumentos con una posición similar a la de los militares: “solo cumplen órdenes”.

#### ***7.4.5 Límites y posibilidades***

El marco ético establece los límites y posibilidades de la función periodística, en este caso, del editor. La libertad de expresión, el derecho a la información contienen en sí mismos responsabilidades ineludibles con los involucrados y con el público. Estas responsabilidades construyen límites entre lo privado y lo público de los personajes, límites en el uso del lenguaje, límites en la producción informativa de casos que se abordan.

Junto al derecho de informar se levantan otros que demarcan su espacio de acción como son el derecho a la igualdad, a la democracia, a la intimidad.

El Código de ética se constituye en **una herramienta** de trabajo para medir estos límites y protegerse de aquellos usos engañosos auspiciados por el verbo en condicional.

Las herramientas técnicas periodísticas no admiten ambigüedades en el manejo de la información. Aunque las concepciones, ideologías o identificaciones generan un matiz en la noticia, que no es neutral, existen instrumentos para lograr una narrativa con equilibrio, no contaminada, transparente. Se establece la necesidad de ceñirse, constreñirse o encorsetarse en las técnicas, protegiendo la noticia como médula informativa.

Difundir una información sin los marcos institucionales que la validen rompe con la legitimidad de la profesión, instituye un modelo concebido con fines ajenos a la función de informar.

El lenguaje adquiere dimensiones propias a los fines al ser manejado como instrumento en la producción noticiosa enfocada a una audiencia a la que se busca influir. Los editores cumplen con las líneas informativas que definen así su objetivo: de control social o articulador social. Hace tiempo que los medios dejaron de ser simples vigilantes del poder, limitados a una labor de denuncia.

En el editor reposan responsabilidades que contienen los principios de la institución en la que están y aplican sus visiones y conocimientos, dando pase a informaciones que se constituyen en representaciones de la audiencia a la que pretenden llegar. En la función de selección del editor se recrean las líneas periodísticas del medio que lo elige para instituir los mecanismos que refuercen su reproducción sistémica, que representen su simbolismo.

Con los avances tecnológicos, los medios de comunicación adquieren funciones vinculantes, de pertenencia, forjan comunidades, identificadas por un lenguaje, con identidad y memorias comunes.

La simultaneidad informativa genera nuevos procedimientos en la elaboración de productos mediáticos escritos. La pluralidad es un requisito en los medios escritos que toman como estilo el periodismo interpretativo. Va más allá de la primicia; la escarba, hurga, profundiza, relaciona, mide los efectos, explicita posibilidades.

La revista se inserta dentro de aquellas producciones de menor tiraje, abundantes en nuestro medio, que cumplen su función como movilizadores del pensamiento social; enfrenta el contexto en un ámbito de negociación con los medios hegemónicos.

Los medios de resistencia responden a una demanda de representatividad en busca de espacios de expresión.

Las concepciones, conocimientos y representaciones son plasmados en todas las páginas de la revista *Énfasis*. Concientes del manejo que se les quiere dar, contienen fotografías e informes que hablan del concepto de país que queremos reflejar.

La publicación de una información concentra procesos que aluden a la persona como profesional y al medio en el manejo de herramientas, éstas fusionan la técnica con los valores éticos.

#### *7.4.5.1 Validar o descartar*

El control de la información recae en manos del editor, quien la debe procesar para validarla, descartarla o transformarla. Su función le obliga a medir los efectos previsibles, su sentido para su lectoría, debe consolidar la información, darle consistencia.

Al aplicar las convenciones propias de la profesión, como es la búsqueda de precisión o al verificarla, la información sin confirmar se transforma automáticamente.

El objetivo del editor es conseguir que sus redactores mantengan una actitud de alerta frente a las informaciones. No pueden reproducirlas tal como lo transmite la fuente. La distancia con los intereses de la fuente debe percibirse en el tratamiento informativo.

El ingrediente de primicia, exclusiva o nota única que contiene la información en condicional pasa a un segundo plano; más allá de la competencia de radio y TV, sino por el perfil de revista de investigación que no puede limitarse a dar una reseña del tema. Por ello, la información en este estilo quedó en la mesa de edición. Mucho material de este tipo trabajado con profundidad fue superado por otros de mayor importancia.

El editor toma el informe en condicional como pistas de investigación, lo que permite desarrollar temas desde diferentes ámbitos en una metodología que enriquece las páginas de la revista. Los casos que resisten el proceso, se convierten en material para un especial, como ocurrió con el suceso policial, con la CVR, etc. Otros son desechados. Por ejemplo, se acumuló material de coyuntura sobre los escándalos con relación a la supuesta amante de Toledo (Lady Bardales) o los amantes de Eliane Karp. Aquellos que propiciaron discusión en el equipo pasaron a la sección Defensa del Lector: La noticia maliciosa. El material se transformó en una crítica a los medios.

La transparencia del manejo informativo debe plasmarse como metodología al difundir informaciones que contengan fuentes fidedignas, citadas y que brinden información precisa, exacta.

La distancia con las fuentes permite un tratamiento de la información limpia de intereses subordinados; otorga una mirada de mayor amplitud, no contaminada. El control de la intención constituye la herramienta propia de este contexto.

Estos pasos permiten validar la información que cumple con los requisitos antes mencionados. La mayor cantidad de información en estas condiciones terminó por transformarse cuando su peso informativo se mantuvo. Otros temas simplemente fueron desechados.

En conclusión, en los contextos políticos, el rumor como noticia tiene implicancias que develan intereses particulares de grupos partidarios y ocupan un espacio en los medios.

#### *7.4.5.2 Los principios como instrumentos regentes*

Ninguna otra profesión como el periodismo trabaja con el código de ética y de conducta como instrumento. Tanto la técnica como los valores éticos componen una simbiosis de calidad. Por ello, el código de ética cruza la información en todo su

proceso en las tres etapas bien definidas: desde cómo es conseguida, cómo es procesada el material informativo y, finalmente, cómo es difundida.

La credibilidad como principio conduce las pautas de trabajo que se desarrollan con independencia, responsabilidad, honestidad, veracidad. Su componente de servicio público diseña una estructura de trabajo trabajo dirigido por el compromiso, obligación, deber y lealtad hacia sus lectores.

En todo momento, bajo circunstancias de duda, la brújula es el servicio al público, La pregunta básica que se impone frente a una información viene por sí misma: ¿de qué manera esta información beneficia al público? Esta pregunta constituye un derrotero seguro en el tratamiento informativo. Nuestro principal discurso interno se concentró en la demanda pública.

Por ello, las exigencias profesionales, las técnicas, las herramientas y los métodos se integran a los valores éticos; son indivisibles y constituyen el cuerpo de calidad que requiere la profesión.

Al ceñirse a los hechos y mantener el control sobre la intencionalidad, se produce un trabajo profesional limpio de apreciaciones ideológicas y crea una información lo más transparente posible.

Precisamente, porque la información no es neutral, es que requiere de los instrumentos éticos en su procesamiento que la vuelvan transparente. Esta caracterización de la profesión, que contiene principios, valores éticos y cualidades como instrumentos de trabajo, obliga a examinar constantemente el marco en el que se ejecutan las funciones. La vigencia de los principios regentes se impone por la calidad como se elaboran las informaciones, de modo que el profesional puede desempeñarse en cualquier medio que se respete.

### *7.4.5.3 La aplicación de paradigmas*

En el manejo de las informaciones que llegan como rumores, se concentra la aplicación de paradigmas profesionales, desde la concepción de noticia, el rol del profesional periodista y las convenciones éticas y técnicas que utiliza. Esto define el medio, define el tipo de periodista: pasivo instrumental o eficiente y periodístico.

El rol de articuladores sociales creó paradigmas de trabajo que construyeron una visión profesional integradora, con equidad, inclusiva en la que se ponía como relevante el interior del país en sus diferentes propuestas.

La concepción de la profesión de servicio social y de la información como un bien común construye paradigmas en el tratamiento de la información.

Concebir la información como un bien común significa considerar al lector, público o audiencia como un norte al cual se dirige el trabajo realizado. El compromiso adquirido nos obliga a brindar una información integral, completa, que nos permita establecer criterios propios y en busca de una sociedad en paz consigo misma.

Este paradigma creó espacios de equidad en el tratamiento informativo, en el cual la ciudadanía está constituida por nuestra diversidad con los mismos derechos como fuentes de información.

El manejo de la información sin confirmar o expresada con el verbo en condicional tiene parámetros que delimitan la profesión. Su difusión transparenta la calidad ética y propósitos del medio. El riesgo que contiene manejar una información en condicional con actitud pasiva frente a la fuente es muy alto. Se paga con la credibilidad. Sin ésta, el medio no existe.

### *7.4.5.4 Fortalezas*

Una primera apreciación de los logros es la capacidad de catarsis que produjo la revista para sectores poco visibles en los medios hegemónicos. Mostrar el interior del

país con una estructura interesante articuló nociones que luego nos permitirían ingresar a territorios menos compartidos.

Principios axiológicos profundamente internalizados como instrumentos de trabajo, crearon una visión homogénea en el procesamiento de la información. El editor es responsable de resguardar las líneas periodísticas y sus concepciones se exponen en la selección.

Las herramientas técnicas técnicas son relevantes en su función. . Conocimientos de simetría, equilibrio e incidencia para el manejo de las informaciones ubicaron los temas de interés frente a una enorme cantidad de información sin confirmar saturando el ambiente.

La agenda generó la aceptación de la revista a nivel internacional y en el mundo académico. El colocar en las páginas temas poco discutidos nos creó nuevas audiencias.

Los códigos de edición instituidos sirvieron para entroncar el trabajo en un periodo de larga duración. Los informes se constituyeron en ensayos con versiones técnicas interpretativas y abrieron el debate.

La diferenciación en el uso correcto o el uso instrumental del verbo en condicional dio cabida a la discusión de los puntos de fondo en estas informaciones que alimentaron la sección Defensa del Lector.

#### *7.4.5.5 Debilidades*

Una llegada a sectores más lejanos cumpliría con nuestro objetivo articulador. Sin embargo, las limitaciones de transporte y la inexistencia de mercados en dichas zonas restringen y hasta niegan el acceso a la información escrita.

El manejo del lenguaje en la redacción de los informes debía fortalecerse con propiedad y estilo para cumplir la función de interesar al lector con los ingredientes de dramatismo y espectacularidad requeridas en un país con dificultad en la lectura. La



cualidad narrativa debía afianzarse.

El trabajo en la redacción de la información no confirmada requería de la inversión de tiempo para lograr su validez. El tiempo y la discusión demandaban el empleo de horas de trabajo y personal dedicado. Se constituyó en un reto que delimitó tareas para la sección Defensa del Lector.

La producción de la revista se espació. El aspecto, discutido y por demás delimitado de no sujetarse a condicionamientos económicos, primó en nuestra decisión de mantener un producto distante de las presiones económicas.

Las herramientas técnicas en la redacción de los informes debían plasmarse con mayor eficacia. La construcción de un estilo de redacción en informes para un público masivo requería de bastante práctica.

La cantidad de información en el proceso de selección impedía una organización más centrada en el estilo de redacción de la revista, la que resultó con un lenguaje denso, muy académico.

Al rehacer sus materiales, los redactores volvían al mismo ritmo analítico, lo cual se notó en las páginas de la revista.

#### *7.4.5.6 Aciertos*

La temática. El editor contaba con un equipo cuyo perfil profesional producía una buena calidad informativa para evitar la instrumentalización. Investigadores sociales con un respaldo académico interesante propiciaban discusiones que permitían un mayor entendimiento del problema.

La equidad multiétnica planteada en las páginas de la revista era un acierto en un medio discriminador. Visibilizar las diferentes naciones abrió las puertas de un país diverso.

La institución de una página para desbaratar la manipulación. Defensa del Lector.

La noticia maliciosa, contó con un público propio.

Se generaron herramientas técnicas para enfrentar la homogenización, la trivialidad y el manejo tendencioso de la información que emitían las fuentes.

El manejo de información de interpretación con la participación de especialistas creó un material completo sobre los temas trabajados. Se instituyó una pluralidad activa.

El enfoque contiene la línea del medio, las políticas informativas que determinan la difusión o descarte de tal o cual tema, su minimización o su relevancia; a qué sección derivan: política o policiales, coyuntura o análisis. Son las principales preguntas que resuelve el editor en el manejo de la información.

## **APORTES**

El tratamiento a la información difundida en condicional concentra factores multidimensionales que describen la situación de la profesión. El manejo de las informaciones muestra a los operadores del sentido común y nos conduce a fundamentar la profesión, al concebir los medios como articuladores sociales. “Los medios construyen sistemas simbólicos capaces de definir cómo es y cómo funciona la realidad. Los periodistas participan de la producción simbólica de la realidad”.<sup>101</sup> En la observación de las rutinas profesionales que condicionan la producción del discurso simbólico se descubre cómo se construye esta realidad. El proceso define el rol del medio, el perfil del periodista y las técnicas aplicadas en el tratamiento informativo desde la función de edición.

En esta observación se develan los marcos conceptuales, metodológicos, técnicos e instrumentales que constituyen aportes profesionales.

### **1.- Aportes**

A continuación se expone una propuesta de los marcos conceptuales, metodológicos, técnicos e instrumentales:

#### ***A.- Aportes conceptuales***

Los conceptos sobre la noticia, la profesión, sus métodos y herramientas configuran en sí mismas instrumentos de trabajo en la elaboración de la información.

---

<sup>101</sup> IGARTUA y HUMANES. Óp. cit., p.132.

El periodista acostumbra a realizar un mapeo de situaciones frente a la información. La ubicación del medio y de su equipo en la producción informativa impide a los profesionales trabajar a ciegas, develan los intereses que gobiernan el medio informativo. Así el manejo de los contextos es fundamental y éstos se convierten en instrumentos para tomar distancias, de modo que el profesional mantenga su independencia integral sin una sujeción voluntaria y pasiva a la empresa.

Los medios impresos adquieren importancia por la necesidad de información más elaborada. Con información profunda, con capacidad interpretativa y de impacto en su presentación (calidad de papel y color).

El editor cumple un papel clave en la producción de publicaciones. Tiene a cargo el control de calidad. Su función en el manejo del material informativo se traduce en su capacidad de resaltar, condensar, precisar, aclarar, explicar con estética las informaciones para provocar impacto y atraiga la atención en el lector.

Las rutinas develan el rol profesional. Las conceptualizaciones sobre el tipo de periodismo a desarrollar producen un estilo en el tratamiento de los insumos. Periodismo interpretativo, de denuncia, disgregador, articulador, de control al poder o la población. Son aspectos a discernir. Cada uno responde a una concepción.

El desarrollar un concepto de noticia como un bien común define a la profesión como un periodismo de servicio social. Su dirección lo delimita la audiencia o público, distante de fines marketeros que lo constriñen al lugar de masa objetiva.

De un análisis sobre la sociedad observada como fragmentada surge la necesidad de construir un periodismo articulador. Dar cabida a la multinacionalidad existente define el rol de articulador social, capacidad mediática inherente muy poco explorada. Aspecto que caracteriza las emisiones mediáticas como formativas, función más allá de objetivos concientes en los medios.

En la noticia se anudan los mecanismos que activan la construcción de sentido. Estos mecanismos, imbricados en el tratamiento de la noticia, desnaturalizan o dan relevancia a la función de informar, de acuerdo a un esquema aplicado en su elaboración al organizar los sucesos, el mismo que construye un concepto de noticia como instrumento de trabajo. El insumo informativo observado como un bien común contiene metodologías que impulsan el entendimiento integral del tema abordado.

El conocimiento lúcido del concepto de noticia, que no es neutral, obliga a la aplicación rigurosa de sus cualidades y al uso de instrumentos éticos para validar su calidad, de modo que se observe en ella un tratamiento lo más transparente posible.

Los filtros culturales, las visiones y concepciones que cruzan la formación del editor incidirán en la selección, relevancia, jerarquía y difusión de la información.

El editor se ciñe a los juicios de hecho sobre los acontecimientos en su afán de brindar información equitativa y transparente. Para ello, se erigen como herramientas el control de la intencionalidad, la simetría informativa y el equilibrio en la noticia. Su búsqueda de objetividad, neutralidad e imparcialidad están enmarcadas en la necesidad de entendimiento, de proyectar un material que la audiencia lo observe en toda su dimensión.

Transformar la información seria, compleja en asequible es tarea periodística. La ironía o el uso del sarcasmo contiene un efecto devastador y bastante eficaz. Se puede generar una información con rasgos de entretenimiento sin caer en lo banal. Nuevos conceptos se construyen para contrarrestar rutinas impuestas en la llamada sociedad del espectáculo ( búsqueda de entretenimiento).

Los medios como escenarios de presión funcionan en representación de intereses. En este ámbito, el periodista funciona como un profesional instrumento. Sus herramientas son instrumentalizadas, visibilizada en su metodología aplicada a la información.

El control de calidad que hace el editor a las informaciones que serán publicadas, define el peso informativo manteniendo como norte a su lectoría. Sus conceptos de ella sustentarán la validez del material.

Su marco de acción lo compone la interrelación y fusión de los instrumentos éticos y las herramientas técnicas en la producción del proceso de edición.

La combinación de instrumentos o herramientas técnicas en un marco ético construyen la calidad informativa. Ceñirse a una concepción profesional periodística basada en la audiencia como norte delimita rutinas.

El perfil del editor en una empresa editorial peruana fusiona dos funciones: al editor empresarial y al editor de contenidos.

En la delimitación de funciones del editor de contenidos se separan los perfiles: el editor de textos y el editor periodístico. Mientras el editor de contenidos puede asumir las funciones del editor empresarial, el editor periodístico toma distancia de él, tiene bien claro que su función está dirigida a un público y responde a éste como su único patrón.

### ***B.- Aportes metodológicos***

El internet y los recursos multimedia han creado espacios de interacción, produciendo una información simultánea, mientras la gente está circulando. La noticia con llegada en tiempo real a la audiencia empuja a los medios escritos a desarrollar

estrategias de información más allá del poliedro (supera a la técnica de la pirámide invertida: las cinco preguntas básicas), con capacidad de exponer de dónde parte el redactor (origen de sus ideas, visiones, concepciones) y el contexto de la fuente, historia y relaciones de poder en los hechos que describe. Abarca un campo más complejo para producir un entendimiento integral del tema. En este contexto, surge como alternativa un método de trabajo par el periodismo interpretativo o profundo (como se quiera llamar), el cual define al medio escrito más allá del enfoque novedoso (noticia), con breve tiempo de vida. Las metodologías periodísticas se enfocan en captar a su público con estilo interpretativo, lenguaje y contenido centrados en una visión plural.

El método construye instrumentos basados en la capacidad de dilucidar entre juicios de valor y juicios de hecho para el tratamiento informativo. El instrumento fundamental son los juicios de hechos para desarrollar informes.

La metodología informativa crea un sistema configurando una serie de instrumentos: distancia profesional de las fuentes, contrastar y cruzar con otras fuentes; mantener un blindaje en las pruebas, hacer una verificación directa de los hechos; es indispensable esclarecer intereses. Develar los medios de cómo se obtuvo la información.

El editor no pierde de vista la trayectoria de sus fuentes y su credibilidad. La Calidad de la fuente y la diversidad en ellas sirven de protección a las informaciones.

En el desarrollo del trabajo se visualiza la metodología aplicada a la información no confirmada. El uso del verbo en condicional se restringe a una situación de evidencias definidas.

La dinámica circular del periodismo crea métodos de observación. Se visibilizan las concepciones que diseñan el tratamiento a la información. Tanto medios

hegemónicos como de resistencia, ambos sostienen concepciones en torno a la información sin confirmar. El análisis de contenido, realizado a las notas publicadas en los medios señalados, identifica la metodología aplicada a la información sin confirmar.

El método visibiliza lo instrumentalizado que están los medios, espacio que abre un ámbito de ambigüedad en el que se diluyen las responsabilidades, se concentra la capacidad de representación mediática, se ubica el perfil del editor frente a la información, se caracteriza el medio, y se devela mecanismos de manipulación, presión y coerción.

Las informaciones sin confirmar son tomadas como pistas de investigación. Un rumor puede ser el hilo de grandes revelaciones. Por ello, el editor no lo deja pasar y toma sus precauciones indicando el procedimiento a seguir. Está presente en el proceso desde cómo es obtenida, procesada y difundida la información:

- a) Las fuentes que se deben trabajar, cómo se debe abordar y el cruce de información que se hace.
- b) La elaboración. El proceso de redacción: la organización de los datos, el enfoque, la perspectiva, el género, el énfasis, qué aspecto abre la noticia, con qué dato se cierra.
- c) Difusión. La decisión de difundirla: si tiene interés para el público, sus efectos previsibles, relaciones, implicancias y sus consecuencias.



La vigencia de los instrumentos éticos y herramientas técnicas en el proceso de edición, construyen una línea profesional con valores muy regentes como honestidad, independencia, responsabilidad, veracidad. Ellos cruzan cada momento, desde la indicación de las fuentes que se deben consultar, el tratamiento que se hace con ellas, el procedimiento al organizar los sucesos en la información y la decisión de difundirla. Esta metodología no admite inferencias que no sean exclusivamente las de informar.

Quebrar algunos de estos principios significa sesgar la información, por ello el método se constituye en una red de protección al trabajo periodístico.

El complejo sistema de difusión política abre canales informativos considerados como fuentes. El meollo del trabajo para la información política es ubicar a la fuente y a sus adversarios. Su interés por captar sintonía y espacios los induce a producir muy diversos materiales que son expuestos como insumos para los periodistas. Si no hay cuidado al manejar estos insumos se ingresa a la propaganda política, con inclinación a producir el desprestigio de adversarios, lo que es más evidente en épocas de elecciones. El tratamiento de la noticia se enfoca con lucidez a descubrir el interés de sus fuentes.

El editor en los medios cumple la función de filtro multidimensional en la selección de la información que se define como publicable.

El método informativo conduce a una construcción social de la realidad, definiendo lo que existe, lo que tiene importancia y lo que es correcto. Dirige la mirada del público hacia los temas que considera relevantes.

El enfoque de las noticias parte de las visiones, concepciones, nociones y conocimientos. Su tratamiento implica manejar metodologías y técnicas que la configuren con las propiedades valorativas de evento noticioso de interés público.

La redacción de información no confirmada contiene estas metodologías y técnicas para validarla como noticia. Carecer de los atributos desnaturaliza la información, la coloca en un ámbito de ambigüedad, que conduce a métodos con fines más proselitistas enfocados en intereses ajenos a la función informativa.

El uso del condicional en la redacción de un texto periodístico tiene, por lo tanto, marcos metodológicos de aplicación, sin los cuales, se pierde el nivel de profesionalismo que debe contener el material informativo para resguardar el principio de credibilidad sobre el cual sustenta su labor.

El método contiene la aplicación de un control de la intencionalidad. Esta herramienta permite tomar distancia de nuestras mismas posturas en el tratamiento de informaciones.

Una vez marcada la distancia, la utilización de la metodología periodística se vuelve rutina en este proceso:

Verificación

Rigurosidad

Consistencia

Cruce de información

Revisión de diversas fuentes

Blindaje. Pruebas o evidencia fáctica

Esta metodología forja una red de contención al marco subjetivo que envuelve a la persona y la transforma en profesional. Su aplicación hace la diferencia entre el profesional y el periodista pasivo, desarrolla un cernidor para validar, transformar o descartar un rumor.

### ***C.- Aportes técnicos***

El editor cuenta con técnicas para cumplir con su función de filtro de calidad. En el proceso de edición se bloquea el pase de información sin confirmar, obligando a rehacer el contenido de modo que se transforme, descarte o valide, si es que aún mantiene su vigencia, como noticia en condicional, con aplicación rigurosa de las técnicas profesionales.

En la redacción, las técnicas están claramente contenidas en sus atributos: claridad, concisión, brevedad, precisión.

En la edición, el profesional desarrolla estas técnicas:

- a) Condensa,
- b) Explica,
- c) Esclarece,
- d) Precisa
- e) Resalta
- f) Embellece.

Su objetivo es vitalizar, dar fuerza narrativa a la información, de modo que conecte inmediatamente al lector.

La fusión de los instrumentos éticos con las herramientas técnicas periodísticas contribuye a la formulación de procesos rigurosamente verificados, de modo que se hace más difícil la utilización del medio periodístico para la defensa de intereses ajenos a la profesión.

El editor trabaja con valores, principios y cualidades convertidas en técnicas para el tratamiento de la información, las cuales están constantemente sometidas a la presión de intereses. Su capacidad de liberarse de estas presiones la sustenta en las técnicas rutinarias que se vuelven dinámica natural.

La aplicación de los recursos técnicos se sostiene en los principios de credibilidad, integridad, responsabilidad, honestidad en el tratamiento de la información.

El balance necesario en toda información para mantener equilibrio y simetría se logra ciñéndose estrictamente a sus técnicas. Éstas suman una simbiosis de valores y conducta ética.

Las herramientas técnicas funcionan como límites que permiten un ejercicio profesional transparente, sostienen la información en un universo simbólico fuertemente imbricado con las concepciones, percepciones y nociones.

El equilibrio, la simetría, el balance y la pluralidad en el tratamiento de la noticia, se vuelven recursos e instrumentos técnicos que protegen al periodista de ser calificado de unilateral en la emisión de sus informes, sirven como barreras para defenderse incluso de ataques. Son los pilares que sostienen al periodismo interpretativo o profundo en su búsqueda de acercarse lo más posible a la neutralidad, imparcialidad, objetividad. El público rechaza lo tendencioso. Los identifica rápidamente.

Las técnicas informativas generan un espacio de credibilidad basada en la pluralidad porque plantean diversas visiones e interpretaciones, dan al lector un mapa completo de opiniones y la oportunidad de sacar sus propias conclusiones.

El manejo eficaz de las técnicas desarrolla institucionalidad en el medio y en el ámbito periodístico. Es un espacio de legitimidad que se construye como un pacto con los lectores. El medio brinda credibilidad y el público responde con la demanda del producto.

El lenguaje ingresa a un ámbito de manipulación al hacer uso del sesgo, la entrelínea, el ocultamiento de determinados datos o el encubrimiento de la misma información. La aplicación de las cualidades del lenguaje periodístico actúa como barrera que impide este manejo manipulador.

El lenguaje es un instrumento natural del periodista. Su manejo conceptualiza el estilo personal. El uso sutil del sesgo informativo deriva en consecuencias graves. Quien lo usa en algún momento es descubierto. Su uso continuado desenmascara rápidamente al periodista instrumento.

#### ***D.- Herramientas***

El código de ética, el lenguaje, los valores, las cualidades, el contexto son instrumentos fundamentales del trabajo periodístico. Los valores, cualidades y atributos de la redacción periodística son los mismos valores, cualidades y atributos de una función ética.

Una relación lúcida entre los juicios de valor y los juicios de hecho sirven de herramienta para lanzar una información no contaminada. La transparencia reemplaza la búsqueda de objetividad, neutralidad o imparcialidad.

El control de la intencionalidad es una herramienta indispensable para el editor. Sujetarse a la función tomando el horizonte permite un mejor manejo del control de la intencionalidad. No podemos desapegarnos del objeto de la función, ¿Qué beneficio le brinda esta información al público?

La distancia con la fuente se convierte en instrumento de trabajo. La distancia con la información, frente a los dueños del medio, frente a las fuentes impiden caer en complicidad confundida muchas veces con lealtad.

Otro aspecto que se transforma en instrumento es la pluralidad, la diversidad indispensable en la confrontación de información.

Esta combinación de herramientas coloca al periodista editor al margen de sus propias concepciones ideológicas, configura fronteras al sesgo y a la información limitada a una sola fuente. Acudir a esta combinación de herramientas en una constante búsqueda por perfeccionar su técnica, lo protege de caer en riesgos.

El trabajo cuidadoso en el manejo de las fuentes, en la verificación de datos, en la organización de los sucesos tomando como brújula el interés del público, produce la calidad informativa.

### ***E.- Aportes profesionales***

La definición de la función periodística de servicio social, de la noticia como un bien común y de los medios en articuladores sociales construye un marco teórico concebido y dirigido hacia la audiencia con el único interés de informar.

Los medios con marcadas tendencias, comerciales, partidarios o propagandísticos han quedado caducos frente a una audiencia cada vez más exigente y alerta.

Los medios masivos que tienen por objetivo el control social, producen propuestas soslayando a la audiencia. Su mirada despectiva hacia un público que no comprenden, se fusiona con criterios comerciales que, bajo la premisa “eso es lo que le gusta a la gente”, colocan portadas escandalosas, algunas veces hasta soeces. Son formas de convertir al otro pobre en sujeto marginal al orden social.

Una mirada abierta a las diferencias nos permite comprender las necesidades de la audiencia despojados de prejuicios.

El rol articulador en un medio se convierte en una necesidad cuya finalidad es el tratamiento equitativo de sus lenguajes como espacio, en donde se diluyen las tensiones. Asume la función de catalizador de conflictos. Vivimos un país fragmentado, con identidades antagónicas en constante pugna.

Exponer estas diferencias en los medios, en diálogos con equidad, significa reconocer la existencia de la diversidad que nos puebla con los mismos derechos. Los medios se convierten en el espejo donde se miran las identidades.

De esta concepción se derivan procedimientos que se institucionalizan como métodos de trabajo con un marco ético y técnico establecido para delimitar campos subjetivos. Estos mantienen su vigencia en el manejo del lenguaje con independencia, integridad, honestidad, responsabilidad y credibilidad.

## 2.- CONCLUSIONES

La diversidad y sectores sociales sin representación mediática impulsan la creación de productos editoriales que contenga una visión integral de nuestra población. Un discurso generalizado que la cataloga carente de capacidad lectora soslaya el vacío de políticas culturales y oculta un desconocimiento de sus intereses intelectuales. Se abre la necesidad de comprender el lenguaje de nuestro pueblo, sus aspiraciones, sueños y deseos.

La revista forma parte de esos productos ensayos que llevamos a cabo en la editorial como propuesta tanto periodística como empresarial para llenar vacíos y alcanzar a ese público apartado del sistema.

Nuestro pacto con el público nos induce a desarrollar el papel de pacificadores en un medio saturado de conflictos al darle voz con equidad a las partes. Se crea un ámbito de negociación abiertamente arbitrado.

Enfocar la información hacia la existencia de las diversas naciones nos induce a cumplir un rol articulador. Se abre la discusión a la diversidad en igualdad de condiciones.

La sistematización muestra el área de edición como un campo de ejecución eje en el sistema informativo, en el que se concentran procesos, métodos y estrategias.

El editor cumple la función de filtro multidimensional al seleccionar la información que será difundida. Ejerce un control de calidad. Debe estar consciente de sus visiones, concepciones y simpatías. Para ello cuenta con las convenciones profesionales, los instrumentos éticos y las herramientas técnicas. Principios, cualidades y técnicas componen sus instrumentos de trabajo. Configuran el marco metodológico.



Las metodologías informativas se aplican en los procesos de obtención, organización, redacción y difusión.

El periodismo interpretativo o de profundidad es la puesta en vigencia de un estilo para la prensa escrita en la que se plasman sentimientos, texturas, olores, sonidos. Se erige como su instrumento base los juicios de hechos. Se ciñe estrictamente a los sucesos para elaborar el tema. De este modo se supera el poliedro de preguntas básicas.

En el manejo de estos dos ámbitos: el juicio de valor y el juicio de hechos nace la lucidez informativa.

El editor aplica sus herramientas técnicas en esta propuesta de periodismo interpretativo, contiene al estilo de profundidad muy utilizado en las áreas de investigación. Tiene como objetivo la transparencia. Es la alternativa a la inalcanzable búsqueda de objetividad, neutralidad o imparcialidad. Se forjan como pilares de este estilo las técnicas de producción de una información balanceada, equitativa, simétrica y plural. Son instrumentos indispensables del método el control de la intencionalidad, distancia de las fuentes, el blindaje de la información, uso de contextos.

En un campo tan complejo como es la comunicación política, en donde anida la fabricación de noticias, se erige como instrumento indispensable el manejo de contextos, ubica el entorno de los diferentes actores inmersos en la producción informativa.

El método forja una red de contención y protección para el profesional, es un cernidor compuesto por las siguientes técnicas ineludibles:

- Verifica. Revisa diversas fuentes
- Analiza con rigurosidad
- Observa su consistencia

- Contrasta. Hace cruce de información
- Blindaje. Guarda pruebas o evidencias fácticas

La metodología seguida a las informaciones sin confirmar permitió visibilizar en toda su dimensión el proceso informativo desde su origen en las fuentes, el manejo del redactor y el tratamiento del editor. El equipo desarrolla su función enmarcado en las convenciones profesionales que señalan que ninguna información como rumor es noticia. La ubica en su nivel de pista, un hilo en el insumo de trabajo.

La información que llega como rumor requiere de un tratamiento con el fin de validarla, transformarla o descartarla. Es un proceso sujeto a la metodológica periodística. En el caso de la revista *Énfasis*, su tratamiento determinó la transformación en informes destinados a la sección de Especiales o la sección Defensa de Lector: la noticia maliciosa, con un análisis de contenido debido a su escandalosa difusión en los medios masivos.

El contrastar nuestro material en el contexto mediático con el uso del verbo en condicional bajo los marcos institucionales, transparentó el ámbito de ambigüedad; aparece un perfil de periodista instrumental, quien alimenta las campañas de demolición con el sistema de bombardeo aplicado en varios momentos claves.

El manejo instrumental genera un ámbito de ambigüedad, en el que funciona eficazmente el efecto simbólico. Mientras menos consciente se esté del control simbólico, más eficaz es su efecto. Lo simbólico es la fuerza invisible que genera cohesión, adhesión o anuencia. Su poder convierte en elementos pasivos a los profesionales, que bajo su influjo, pierden la capacidad de usar sus instrumentos para tomar distancia. El espacio simbólico es el ámbito laboral del editor y los periodistas como constructores de un sentido común, reproductores de un imaginario. La libertad

de conciencia se forja en el conocimiento del funcionamiento simbólico. En ella nacen la independencia y autonomía, al amparo de éstas, se fortalecen los principios regentes de la profesión: responsabilidad, veracidad, honestidad y entereza.

El verbo en condicional alienta el nivel de rumor en la noticia. Por ello, su difusión cruza principios, cualidades y técnicas en el manejo del lenguaje. Su uso es restringido cuando cumple con elementos que la validan, como:

- a) la inminencia de la confirmación,
- b) resultados previos sin oficializarse,
- c) informaciones con pruebas de fuentes que buscan mantener el anonimato, pero es valiosa para el público.

El editor tiene la obligación de dilucidar el ámbito de ambigüedad en las informaciones en condicional, descarta aquellos aspectos producto de percepciones personales, que no responden a los acontecimientos, en todo caso, los diferencia explícitamente.

El contexto mediático nos permitió medir, evaluar y transparentar las informaciones con el verbo en condicional, convertidos en insumos para la sección Defensa del lector: la noticia maliciosa.

El rumor como noticia genera un ámbito de ambigüedad y ambivalencia auspiciado por el verbo en condicional, el cual es utilizado como puerta de escape frente a los desmentidos.

En conclusión, en un ámbito político, los medios sirven de escenarios de presión para controlar el poder en ejercicio (partido de gobierno), para liquidar a los adversarios (escándalos) o para negociar (el aviso de Alan o la amenaza y fuga de León Alegría). Se disfrazan con diferentes presentaciones, una de ellas, sin duda la más sutil y subliminal,

es el uso del verbo instrumental: el condicional. Transparentarlas es un ejercicio saludable en el periodismo.

No hay un proyecto mediático escrito que integre la diversidad de naciones que componen el país. Es un vacío difícil de llenar, pues el sistema de distribución no permite ingresar a los lugares más lejanos. Se suma el analfabetismo con su elevado índice en zonas rurales. La pobreza, la inequidad educativa, el sistema de distribución se conjugan para mantener la información en la élite que los genera.

La misma que organiza proyectos siguiendo criterios de marketing, el cual ubica a estos sectores en C D E no aptos para el consumo de sus productos. Por lo mismo, considerados sujetos al margen de sus espacios. Los excluye como sectores, naciones o grupos sociales. Lo cual se traduce en la negación de su existencia. Este esquema propicia un manejo de información que sepulta los conflictos existentes en estos lugares, y solo son objeto de atención al irrumpir en el escenario público cuando hay muertos. Promueven una imagen de sujetos marginales, conflictivos o delincuenciales.

En este contexto, surgen los medios de resistencia (las revistas de menor tiraje) que se oponen a esta nociones vertidas por los medios hegemónicos (medios masivos). Son las propuestas regionales que circulan ampliando el espectro informativo con nuevas nociones de los pueblos invisibilizados, por ello, con propiedad son llamados de resistencia.

Por lo tanto, se hace urgente la creación de propuestas de información innovadores que contengan la capacidad de integrar la diversidad que nos puebla.

## BIBLIOGRAFÍA

ALFARO, Rosa María. “Una relación perversa entre medios y poder político”, en *Cuestión de estado*, N° 30 , (2002): pp. 78-81.

*Cultura de masas y cultura popular en la radio peruana. Diagnóstico para construir una alternativa radial*. Lima:Tarea, 1990.

AMADO SUÁREZ, Adriana. *Prensa y comunicación. Personas y empresas frente a los medios*. Buenos Aires: Macchi, 2003.

ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo.*, México: Fondo de Cultura Económica, 1997.

ALSINA, Miguel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Segunda Edición. Barcelona: Paidós Comunicación, 1996.

ARENDT, Hannah. *La condición humana*. Barcelona: Seix Barral, 1974.

*Sobre la violencia*. México DF: J. Moritz, 1970.

ASA, Bregg [y] Peter, BURKE. *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios*. Madrid: Taurus, 2002.

BALANDIER, George. *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*. Barcelona: Paidós, 1992.

*Modernidad y poder. El desvío antropológico*. Madrid: Júcar Universidad, 1988.

BARNECHEA, María Mercedes, et. al. *¿Y cómo lo hace? Propuesta de método de sistematización*. Lima: Taller Permanente de Sistematización, 1992.

BERLO, David. *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*. Buenos Aires: El Ateneo, 2004.

BIBLIOTECA ANTICORRUPCIÓN DEL CONGRESO DE LA REPÚBLICA 2004. En la Sala de Corrupción: videos y audios de Vladimiro Montesinos, Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú (1998-2000).

BLANCO, Ignacio. *El lenguaje radiofónico: la comunicación oral*. Madrid: Fragua, 2004.

BONNICI, Peter. *Lenguaje visual: la cara oculta de la comunicación*. Barcelona: IndexBook, 2000.

BOURDIEU, Pierre. *Capital Cultural, la escuela y espacio social*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2003.

*Pensamiento y acción*. Buenos Aires: Libros del Zarzal, 2002.

*Los usos sociales de la ciencia*. Buenos Aires: Nueva visión, 2000.

*Contrafuegos: Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión noliberal*. Barcelona: Anagrama, 1999.

*Razones prácticas sobre la teoría de la acción*., Barcelona:, Anagrama, 1997.

*Sobre la televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1997.

*La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. México: Laica, 1995.

*Lenguaje and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press, 1992.

*Crítica social del gusto*. Madrid: Taurus, 1991.

*El sentido práctico*. Madrid: Taurus, 1991.

BOURDIEU, Pierre [y] Loic J.D. . WACQUANT. *Respuestas por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo, ,1995.

BURKE, Peter. *Hablar y callar. Funciones sociales del lenguaje a través de la historia*. Barcelona: Gidesa,1996.

CALANDRÍA, Monitoreo y sondeos, 16 de julio de 2006, 10.00 h, <<http://www.calandria.org.pe/veeduria/index.html>>

CARLO, Mario. *Sobre lo televisivo: Dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía, 2004.

CASTELLS, Manuel. *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza, 1997.

*La ciudad informacional: tecnología de la información, reestructuración económica y el proceso urbano regional*. Madrid: Alianza, 1995.

CHARAUDEAU, Patrickk. *El discurso de la información*. Barcelona: Gedisa, 2003.

CISNEROS, Luis Jaime. *El funcionamiento del lenguaje*. Lima: Fondo Editorial PUCP, 1995.

CUESTA, Ubaldo. *Sicología social de la comunicación*. Madrid: Cátedra, 2000.

CURRAN, James, et. al. (comp.) *Estudios culturales y comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.

DE CERTEAU, Michel. *La invención de lo cotidiano*. México DF: Universidad Iberoamericana-Departamento de Historia, 1996.

DE MORAGAS SPA, Miguel., *Semiótica y comunicación de masas*. Barcelona: Ediciones Península, 1976.

EL COMERCIO. *Libro de estilo de El Comercio*, Lima: Empresa Editora El Comercio S.A.1998.

ESTEVEZ, Fernando y Leandro de SAGASTIZÁBAL (comp.). *El mundo de la edición de libros. Un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector actuales y futuros y lectores en general*. Buenos Aires: Paidós, 2002.

FAST, Julius. *El lenguaje del cuerpo*., Barcelona:, Kairos, 2004.

FERNÁNDEZ PEDEMONTE, Damián. *La violencia del relato. El discurso periodístico*. Buenos Aires: La Crujía, 2001.

FISKE, John. *¿Qué es comunicación?. Introducción*. Bogotá: Norma, 1984.

FLACHSLAND, Cecilia. *Pierre Bourdieu y el capital simbólico*. Madrid: Campo de Ideas, 2003.

FLORES CANO [y] Marfil, FRANCKE. *La sistematización apuesta por la generación de conocimientos a partir de las experiencias de promoción*. Lima: Escuela para el Desarrollo, 1995.

FRANCKE, Marfil. *Pautas para la sistematización de experiencias de promoción*., Lima:, Escuela para el Desarrollo, 1991.

FRANCKE, Marfil [y] María de la Luz, MORGAN. *Materiales didácticos N° 1. La sistematización: apuesta por la generación de conocimientos a partir de las experiencias de promoción*., Lima: Escuela para el Desarrollo, 1995.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Editorial Grijalbo, 1995.

*Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*., México DF:, Grijalbo, 1989.

GATTI MORRIEL, Carlos. *El lenguaje: dos aproximaciones*. Lima: Universidad del Pacífico, 1999.

GOMEZ NODAL, Paco. “La resistencia Mediática”, *Sala de Prensa*, 15 de julio de 2006, 12.00 h, <<http://www.saladeprensa.org>>.

GRAMSCI, Antonio. *La formación de los intelectuales*. México: Grijalbo, 1967.

HABERMAS, Jürgen. *La acción comunicativa y razón sin trascendencia*. Barcelona: Paidós, 2002.

*Teoría de la acción comunicativa II. Crítica de la razón funcionalista*. Buenos Aires: Taurus, 1990.

*Teoría de la acción comunicativa I. Racionalidad de la acción y racionalización social*. Buenos Aires: Taurus, 1989.

HARROCKS, Christopher. *Marshall McLuhan y la realidad virtual*. Barcelona: Gedisa, 2004.

HOBBSBAWM, Eric. *La invención de la tradición*. Barcelona: Crítica, 2002.

IGARTUA, Juan José [y] María Luisa, HUMANES. *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis, 2004.

JANOWITZ, Morris [y] Robert Oscar, SCHULZE. “Tendencias de la investigación en el sector de las comunicaciones de masas”, en Miguel de Moragas (ed.), *Sociología de la comunicación de masas*. Tomo I. Barcelona: Gustavo Gili, 1985.

KENNEY, Carlos. “Violencia y Poder”, en *Páginas*, N° 91 (junio, 1988): pp. 27-41.

KUNCZIK, Michael. *Desarrollo y comunicación.*, República Federal de Alemania:, FES, 1992.

LOCHARD, Guy. *La comunicación mediática*. Barcelona: Edisa, 2004.

LUCKMANN, Tomás Tomás [y] Peter, BERGER. *La construcción social social de la realidad*. Buenos Aires: Amarrortu, 1979.

MAQUAIL, Dennis. *Introducción a la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones: Comunicación cultura y hegemonía*. México DF: G. Gili, 2001.

*Cultura, medios y sociedad.*, Bogotá:, Universidad Nacional de Colombia, 1998.

*Identidad tecnológica y alteridad cultural.*, Sao Paulo: Intercom, 1983.

*Procesos de comunicación y matrices de cultura*. México DF: Pelafacs: G. Gili, 1989

*Comunicación masiva: discurso y poder*. Quito: Época, 1978.

MATTELART, Armand. *Multinacionales y sistemas de comunicación*. México: Siglo XXI, 1977.



“La fábrica cultural”, en *La mundialización de la comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.

*Geopolítica de la cultura.*, Santiago de Chile:, LOM Ediciones, 2002.

MCLUHAN, Marshall. *La aldea global: transformación en la vida y los medios de comunicación mundial en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa, 1996.

*Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano.*, Barcelona:, Paidós, 1996.

*El medio es el mensaje: un inventario de efectos.*, Barcelona: Paidós, 1988.

MONTOYA CHÁVEZ, Víctor Hugo. *La comunicación del discurso*. Lima: PUCP, 2000.

MONTOYA, Rodrigo. “Cultura y poder”, *Ciberayllu*, 15 de julio de 2006, 10.00 h, <[http://www.andes.missouri.edu/andes/Comentario/RMR\\_CulturaYPoder.htm](http://www.andes.missouri.edu/andes/Comentario/RMR_CulturaYPoder.htm)>

“La tragedia del Perú”, en *Énfasis*, N° 1 (setiembre 2003): 6. Lima: Editorial Línea Andina., 2003, p. 6.

MORALES CASTILLO, Fabiola. *La cláusula de conciencia*. Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú, 2003.

NIÑO ROJAS, Víctor Miguel. *Competencias en la comunicación. Hacia las prácticas del discurso*. Bogotá: ECOE, 2003.

NUÑEZ LADEVÉZE, Luis. *Lenguaje y comunicación, para una teoría de la redacción periodística*. Madrid: Pirámide, 1977.

ORBEGOZO, Manuel Jesús. *Periodismo. Texto de teoría y práctica*. Lima: Fondo Editorial UNMSM, 2000.

O'BRIEN, Pablo. *Todo se sabe. Manual de periodismo de investigación*, Lima, PUCP, 2006.

ORTIZ, Renato. *Otro Territorio*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes, 1996.

OVIEDO, Carlos. *La primicia en MJO*, 15 de julio de 2006, 17:00 h, <[http://www.lineandina.com/HTML/orbegozo\\_presenoviedo.htm](http://www.lineandina.com/HTML/orbegozo_presenoviedo.htm)>

*Las esferas de la comunicación. Nuevos enfoques sobre la comunicación de las personas y organizaciones*. Lima: Jaime Campodónico Editor, 2002.

*Las esferas de la comunicación en las organizaciones. Hacia una gerencia de la percepción*. Lima: Jaime Campodónico Editor, 2002.

PERALTA, Víctor. *Sendero Luminoso y la Prensa 1980-1994. La violencia política peruana y su representación en los medios*. Lima: CBC-Sur, 2000.

PORTOCARRERO, Gonzalo. “Las nuevas poéticas del sujeto en la sociedad”, en *Historia de la cultura Peruana*. Lima: Congreso de la República, 2003.

*Estudios culturales, discursos, poderes, pulsaciones*. Lima: PUCP, 2000.

“Los discursos públicos”, en *Razones de Sangre*. Lima: Fondo Editorial PUCP, 1998.

“Hacia la reconstrucción del concepto de cultura y crítica de la cultura”, en *Apóstrofe*, N° 4 (agosto, 2001): pp. 3-9.

RAMONET, Ignacio. *La teoría de la comunicación*. México: Temas de debate, 1998.

RAMOS, Gerardo. “La muerte de las culturas autóctonas”, en *Énfasis*, N° 1 (setiembre 2003): 4. Lima:, Editorial Línea Andina. 2003, p. 4.

RESTREPO, Javier Darío. *El Zumbido y el moscardón. Taller y consultorio ético periodístico*. México: Colección Nuevo Periodismo, 2004.

RICOEUR, Paul. *Tiempo y Narración III*. México:, Siglo XXI, 1996.

ROJAS, Clara. “La hegemonía del temor”, *Énfasis*, 15 de julio de 2006, 12.00 h, <[http://www.enfasisperu.com/Html/cr\\_hegemoniatemor.htm](http://www.enfasisperu.com/Html/cr_hegemoniatemor.htm)>.

SALMÓN JORDÁN, Jorge. *Comunicación: más allá de la imagen.*, Lima:, UPCA, 2004.

SARTORI, Giovanni. *Videopolítica. Medios información y democracia de sondeo.*, México: Industria Tecnología de Estudios Superiores de Monterrey, 2005.

*Homo videns. La sociedad teledirigida*. México: Taurus, 2003.

*SERIE BIBLIOTECA ANTICORRUPCIÓN. 1998-2000. Sala de Corrupción*, Tomo I, Capítulo II, Medios de Comunicación. Lima: Fondo Editorial del Congreso del Perú, Lima, 2000.

TEUN A. van Dijk. *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa Editorial, 2000.

*La Noticia como discurso. Compresión estructura y producción de la información*. Buenos Aires: Paidós 1990

TODOROV, Tzvetan. *La vida en común. Ensayo de antropología general*. Madrid: Taurus, 1995.

TOURAINE, Alain. *¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes*. México DF: Fondo de Cultura Económica, 1997.

VÁSQUEZ, Aldo. *El defensor del público: un ombudsman en materia de comunicación social*. Lima: Universidad de San Martín de Porres, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, 2002.

VISAR A., Eduardo. *La trama invisible de la sociedad: Comunicación sentido y realidad*. Buenos Aires: La Crujía, 2003.

WIMMER, Roger. *Introducción a la investigación de medios masivos*. México DF: International Thomson, 2000.

WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas.*, Barcelona: Paidós, 1996.

YÚDICE, George. *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2002.

## **ANEXOS**

Anexo 1: Declaración de Principios del Grupo REDES

Anexo 2: Código de Ética del Colegio de Periodistas del Perú

## Declaración de principios del Grupo Redes

En un contexto de profunda crisis moral en el país, cuando las informaciones son peligrosamente manejadas, el Grupo Reflexión y Debates (REDES), conformado por profesionales de diversas disciplinas académicas, declaramos:

- 1.- No estamos ligados a intereses partidarios ni nos anima el deseo de participar en propaganda o proselitismo de alguna agrupación política específica.
- 2.- Nos vincula el objetivo de difundir la problemática de la diversidad de naciones que pueblan nuestro país, promover análisis y propuestas sobre sus derechos culturales, territoriales, económicos y sociales, así como defender el derecho al libre acceso a la información en poder del Estado.
- 3.- Consideramos que en la disputa por la memoria que se desarrolla actualmente en el Perú participamos con un planteamiento plural para brindar mayores luces sobre la compleja realidad.
- 4.- Nuestro trabajo se guía por los principios de transparencia que competen a los profesionales de las ciencias sociales, políticas y de comunicación.
- 5.- Estamos convencidos que la discusión libre de ideas es el mejor antídoto contra la banalización de la información, posesionada en los grandes medios y que impide la comprensión de los problemas por los peruanos.
- 6.- Nuestra principal misión consiste en la publicación de temas de investigación que se constituyan en discurso de un proyecto social con plena justicia social, equidad económica y democracia real.

### Código de Ética

Por lo expresado, nos comprometemos a un trabajo mancomunado bajo los siguientes postulados éticos:

- 1.- El respeto a los derechos y el cumplimiento de los deberes son normas básicas e inseparables que orientan nuestra labor de brindar información.
- 2.- Es nuestro compromiso verificar rigurosamente los datos que las fuentes provean y jamás publicar una información que no ha sido exhaustivamente confirmada.
- 3.- La defensa y respeto de la libertad de información es parte importante de la democracia, y contiene también deberes con la ciudadanía marcando los límites de lo privado, la equidad en el tratamiento informativo y aceptación a las diferencias.
- 4.- Es deber ineludible fiscalizar, con los recursos disponibles, la labor de los funcionarios del Estado.
- 5.- El centro de nuestro compromiso es con la veracidad de los hechos, sujeto a los principios de la información.
- 6.- No cabe ningún tipo de compensación ajena por la difusión o no de información, tampoco el ocultamiento de ella. Los acuerdos con auspiciadores no comprometen el contenido de nuestras publicaciones.

Enero, 2003.

## **Colegio de Periodistas del Perú**

### **Código de Ética Profesional**

#### **Capítulo I**

##### **Normas Generales**

Art. 1.- Es obligación de los colegiados proceder en todos sus actos con honor, velando por la dignidad de las personas e instituciones y por su prestigio personal y decoro profesional.

Art. 2.- El Código de Ética Profesional obliga al periodista al ejercicio honesto de la profesión y le impone normas que debe cumplir en sus relaciones con la sociedad, con los colegas y con los medios de comunicación.

Art. 3.- El colegiado debe observar las normas de este Código de Ética Profesional. Las infracciones al mismo, por considerarse actos indignos, serán objeto de denuncia y sancionados de conformidad con el Estatuto.

#### **Capítulo II**

##### **Actos contra la Profesión**

Art. 4.- Son actos contrarios a la ética profesional:

Aceptar cualquier clase de recompensa que comprometa informaciones u opiniones;

Incurrir en delito doloso que conlleve condena judicial;

Utilizar, intencional y voluntariamente, documentos falsos;

Difundir intencionalmente noticias falsas;

Deformar la verdad y adulterarla con la supresión de hechos esenciales a su conocimiento;

Proporcionar información falsa, sin la seguridad previa de su veracidad o autenticidad, sea malintencionadamente o por negligencia; y

Desnaturalizar la profesión periodística con representaciones y/o textos que atenten contra la moral pública, la dignidad de las personas e instituciones, los intereses nacionales y los símbolos de la Patria.

#### **Capítulo III**

##### **Relaciones con los Colegas**

Art. 5.- Son actos contrarios a la ética profesional:

Plagiar en la información, no citando la fuente de la cual se reproduce la noticia o comentario;

Atribuirse o adjudicarse ideas o documentos de los que no se es autor;

Injuriar directa o indirectamente la reputación profesional o situación de otro periodista, así como denigrarle con ataques personales o atribuirle intereses o propósitos maliciosos;

Desamparar a los periodistas que sufren persecución, exilio o carcelería por razón de sus ideas, así como permitir o contribuir a que se cometan injusticias con otros periodistas.

## **Capítulo IV**

### **Relaciones con la Sociedad**

Art. 6.- Son actos contrarios a la ética profesional:

Atentar contra la libertad de pensamiento y expresión;

Permitir que pasen inadvertidas las violaciones de los derechos humanos;

Permitir que pasen inadvertidas las condiciones que sean peligrosas o constituyan una amenaza contra la vida y la salud;

Violar el derecho a la intimidad de las personas;

Atentar contra la protección que merece la familia, el niño y el joven; y

No guardar el secreto profesional o utilizarlo en beneficio de terceros.

## **Capítulo V**

### **Relaciones con los Medios de Información**

Art. 7.- Son actos contrarios a la ética profesional:

Revelar asuntos de carácter reservado del medio en que se labora;

Difundir informaciones y opiniones en beneficio propio o de terceros, sin conocimiento del medio en que labora y contra percepción de recompensa por ello;

Aceptar honorarios o haberes inferiores a los mínimos establecidos.

## **Capítulo VI**

### **Deberes para con el Colegio**

Art. 8.- Es deber del periodista prestar su concurso personal para el mejor éxito de los fines del Colegio. Los encargos o comisiones que se le confien deben ser aceptados salvo causas debidamente justificadas.

## **Capítulo VII**

### **Alcance y Cumplimiento del Código**

Art. 9.- Las normas de este Código rigen el ejercicio de la profesión y ninguna circunstancia eximirá al colegiado de su cumplimiento.